

LAMPIRAN

Lampiran 1 kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

“PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION THRIFT (Studi Pada *Followers* Akun Instragram @Sechondshop.co)

**Kepada Yth.
Saudara/i responden
Di Tempat**

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan, nama saya Agnesia Sulastri Aru, Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi dengan judul “Pengaruh *Social Media Marketing* Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Thrift (Studi pada *Followers* Akun Instragram @Sechondshop.co)

Untuk itu, saya sangat membutuhkan bantuan dari Teman -teman untuk mengisi kuesioner ini. Partisipasi dari teman-teman semua merupakan kontribusi yang sangat berharga bagi kelangsungan penelitian ini. Saya menjamin bahwa semua data dan informasi yang teman-teman berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan semata-mata untuk kepentingan akademis. Atas waktu, perhatian, dan partisipasinya, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kuesioner ini dirancang menggunakan **Skala Likert 1-5** untuk mengukur persepsi responden.

- **STS** : Sangat Tidak Setuju (1)
- **TS** : Tidak Setuju (2)
- **N** : Netral (3)

- S : Setuju (4)
- SS : Sangat Setuju (5)

KUESIONER PENELITIAN

Judul: Pengaruh *Social Media Marketing* Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Thrift (Studi pada *Followers* Akun Instagram @Sechondshop.co)

Petunjuk Pengisian:

1. Isilah identitas Anda pada bagian yang telah disediakan.
2. Bacalah setiap pernyataan dengan cermat.
3. Berilah tanda centang (✓) pada kolom yang sesuai dengan pendapat Anda (STS, TS, N, S, SS).
4. Jawaban Anda sangat kami rahasiakan dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian akademis semata.
5. Atas partisipasinya, kami mengucapkan terima kasih.

A. Identitas Responden

1. Nama responden:
2. Jenis Kelamin: ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. *Followers* aktif akun Instagram @Sechondshop.co, : ☐ Ya ☐ Tidak
4. Apakah Anda pernah melakukan pembelian atau memiliki minat untuk membeli produk fashion thrift dari akun Instagram @Sechondshop.co : ☐ Ya ☐ Tidak
5. Usia : ☐ 17–21 tahun ☐ 22–26 tahun
6. Aktif menggunakan Instagram minimal selama 6 bulan terakhir: ☐ Ya ☐ Tidak

B. Pernyataan Penelitian Variabel X: Social Media Marketing (SMM)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Konten yang diunggah oleh akun @Sechondshop.co menarik perhatian saya untuk melihat produk yang ditawarkan.					

2.	Foto dan video produk di akun @Sechondshop.co memiliki kualitas yang baik dan jelas menampilkan detail produk.					
3.	Saya sering membagikan postingan dari akun @Sechondshop.co ke teman atau story pribadi.					
4.	Saya merasa tertarik untuk menandai teman saya pada postingan dari @Sechondshop.co yang menarik					
5.	Saya merasa mudah untuk berkomunikasi dengan admin @Sechondshop.co melalui komentar atau pesan langsung (DM).					
6.	Admin @Sechondshop.co selalu responsif dan sopan dalam menanggapi pertanyaan dari pengikut.					
7.	@Sechondshop.co sering mengadakan kegiatan atau interaksi yang melibatkan pengikut (misalnya giveaway, Q&A, atau polling).					
8.	Akun @Sechondshop.co membuat saya merasa menjadi bagian dari komunitas pecinta fashion thrift.					

C. Variabel Y: Keputusan Pembelian Konsumen

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya memilih membeli produk fashion thrift melalui akun @Sechondshop.co dibandingkan akun lainnya.					
2.	Saya memilih @Sechondshop.co karena informasi dan konten produknya membuat saya percaya pada kualitasnya.					
3.	Saya lebih memilih menunggu restock dari @Sechondshop.co daripada mencari produk serupa di akun lain.					
4.	Saya lebih memprioritaskan membeli produk fashion thrift dari @Sechondshop.co dibanding akun thrift shop lain.					

5.	Saya bersedia menunggu lebih lama demi mendapatkan produk dari @Sechondshop.co yang saya inginkan.					
6.	Saya rela mengorbankan waktu untuk mengikuti update atau promosi dari @Sechondshop.co.					
7.	Saya sering merekomendasikan produk dari @Sechondshop.co kepada teman atau orang lain.					
8.	Saya berniat untuk membeli kembali produk dari @Sechondshop.co di masa mendatang.					



Lampiran 2 Hasil Kuesioner

No	pertanyaan																	Total
	Social Media Marketing X								keputusan Pembelian y									
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Total	P9	P10	P11	12	P13	P14	P15	P16	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	4	4	3	4	3	3	3	3	27	4	4	4	3	3	4	4	4	30
3	4	4	3	5	5	4	4	4	33	5	5	4	4	4	4	5	5	36
4	4	4	3	3	4	4	4	3	29	3	3	3	3	3	4	4	5	28
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	4	5	1	3	3	4	4	1	25	1	4	3	4	4	3	4	5	28
7	4	4	3	3	3	4	3	3	27	3	4	3	3	3	3	4	4	27
8	4	3	3	4	4	3	4	3	28	4	5	5	4	3	5	3	3	32
9	4	5	4	4	4	3	3	3	30	4	5	4	4	4	4	4	4	33
10	4	3	3	4	3	3	4	3	27	4	4	4	3	3	3	4	4	29
11	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	4	4	4	5	5	5	37
13	5	5	4	5	5	5	4	3	36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
14	5	5	3	4	4	3	4	3	31	4	3	3	3	3	4	4	4	28
15	4	3	4	3	3	3	3	2	25	4	4	3	3	4	3	4	4	29
16	4	4	4	5	5	4	4	4	34	4	4	5	4	5	5	5	4	36
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	5	5	3	4	4	5	5	3	34	5	5	4	5	5	5	5	5	39
19	4	4	4	4	4	3	3	3	29	3	3	3	3	3	4	4	3	26
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	4	4	3	3	4	3	3	3	27	4	4	3	3	3	4	4	4	29
23	1	1	3	3	1	3	3	3	18	1	1	1	1	3	1	3	3	14
24	4	4	4	4	4	3	3	4	30	4	4	3	3	3	3	4	4	28
25	4	4	3	4	4	3	3	4	29	5	4	4	3	3	3	4	4	30
26	5	5	3	5	5	5	5	3	36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
27	5	2	2	4	2	1	4	2	22	4	4	3	2	2	3	3	4	25
28	4	5	3	4	5	3	3	4	31	4	4	3	3	4	4	3	3	28
29	3	4	3	5	3	2	4	2	26	3	3	3	2	3	4	3	3	24
30	4	3	4	3	2	3	4	2	25	2	4	2	3	2	5	4	3	25
31	4	4	4	5	4	4	4	3	32	5	5	4	3	3	5	4	5	34
32	4	4	3	5	5	5	5	5	36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
33	4	4	4	4	4	4	3	4	31	5	4	5	5	4	4	5	5	37
34	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
35	4	4	3	4	4	4	3	3	29	4	4	4	2	4	4	4	4	30
36	4	3	3	4	4	3	3	3	27	4	4	3	4	3	4	4	4	30
37	4	3	2	4	3	3	4	2	25	5	5	4	4	4	4	4	4	34

38	5	5	3	5	5	4	3	3	33	5	4	3	4	3	3	3	4	29
39	5	4	3	3	4	2	3	3	27	5	4	3	2	3	4	3	3	27
40	4	4	3	4	5	4	3	3	30	4	4	5	5	3	5	4	5	35
41	3	4	3	3	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
42	4	5	3	4	4	3	3	3	29	4	3	4	4	4	3	3	3	28
43	4	4	3	3	4	3	3	3	27	4	4	4	4	3	3	5	4	31
44	4	4	4	4	4	3	4	3	30	4	4	4	3	4	5	4	5	33
45	4	3	4	4	4	4	4	4	31	4	4	3	3	4	4	4	4	30
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
48	5	4	3	5	5	5	4	4	35	5	4	3	5	3	5	5	4	34
49	4	4	3	4	4	4	4	4	31	4	4	4	3	4	4	4	5	32
50	5	5	4	5	5	5	5	5	39	5	5	5	5	4	5	5	5	39
51	4	4	2	4	4	3	2	2	25	4	4	2	2	2	2	4	3	23
52	5	3	3	4	5	3	4	4	31	5	5	3	3	2	4	4	3	29
53	4	4	5	4	4	4	5	5	35	4	5	5	5	5	5	4	5	38
54	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
55	5	5	3	5	4	5	5	5	37	5	5	3	5	5	4	4	4	35
56	4	4	3	4	4	4	4	3	30	4	4	4	4	2	3	4	4	29
57	4	4	4	4	5	4	4	3	32	4	4	4	3	3	4	4	4	30
58	4	3	3	3	4	4	3	3	27	4	4	4	4	2	4	4	3	29
59	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	3	3	4	4	3	29
60	4	4	3	3	4	4	4	4	30	4	4	4	2	3	5	4	5	31
61	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
62	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	3	3	3	5	5	5	5	5	34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	4	5	4	5	4	5	4	5	36	4	5	4	5	4	5	4	5	36
65	4	3	2	3	3	2	2	3	22	3	3	3	4	2	2	2	4	23
66	4	5	5	5	5	5	5	5	39	5	5	5	5	4	5	5	4	38
67	5	5	4	5	3	3	3	3	31	5	5	4	3	3	3	5	5	33
68	4	3	3	5	4	4	5	5	33	4	5	5	5	4	5	5	5	38
69	5	5	4	4	3	3	5	2	31	5	5	5	5	5	5	5	5	40
70	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
71	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	3	4	4	4	31
72	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	3	4	4	4	4	31
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
74	4	5	4	5	5	5	5	5	38	5	5	5	5	5	5	4	5	39
75	4	5	5	4	4	3	3	4	32	3	4	3	2	4	5	4	3	28
76	4	3	3	3	3	3	3	3	25	3	3	3	3	3	3	3	3	24
77	5	4	5	4	4	4	5	5	36	5	5	5	5	4	4	4	4	36
78	4	4	3	4	3	3	3	4	28	4	4	3	3	3	4	3	3	27
79	5	5	4	4	5	5	5	5	38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
80	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	5	5	5	5	5	39

Lampiran 3 Output SPSS

Uji Validitas

Correlations									
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8
X1.1	Pearson Correlation	1	.595**	.323**	.420**	.484**	.320**	.405**	.251*
	Sig. (2-tailed)		<.001	.004	<.001	<.001	.004	<.001	.025
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.2	Pearson Correlation	.595**	1	.439**	.494**	.600**	.533**	.366**	.357**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.3	Pearson Correlation	.323**	.439**	1	.453**	.429**	.493**	.497**	.645**
	Sig. (2-tailed)	.004	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.4	Pearson Correlation	.420**	.494**	.453**	1	.606**	.571**	.583**	.558**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.5	Pearson Correlation	.484**	.600**	.429**	.606**	1	.684**	.450**	.628**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.6	Pearson Correlation	.320**	.533**	.493**	.571**	.684**	1	.694**	.684**
	Sig. (2-tailed)	.004	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.7	Pearson Correlation	.405**	.366**	.497**	.583**	.450**	.694**	1	.596**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.8	Pearson Correlation	.251*	.357**	.645**	.558**	.628**	.684**	.596**	1
	Sig. (2-tailed)	.025	.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
Total	Pearson Correlation	.595**	.713**	.723**	.765**	.809**	.840**	.765**	.807**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 *. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		Correlations								
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.743**	.640**	.562**	.458**	.506**	.545**	.455**	.752**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.2	Pearson Correlation	.743**	1	.695**	.669**	.557**	.674**	.638**	.575**	.848**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.3	Pearson Correlation	.640**	.695**	1	.747**	.657**	.668**	.623**	.640**	.878**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.4	Pearson Correlation	.562**	.669**	.747**	1	.656**	.579**	.614**	.613**	.850**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.5	Pearson Correlation	.458**	.557**	.657**	.656**	1	.597**	.608**	.616**	.801**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.6	Pearson Correlation	.506**	.674**	.668**	.579**	.597**	1	.592**	.504**	.789**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.7	Pearson Correlation	.545**	.638**	.623**	.614**	.608**	.592**	1	.674**	.801**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.8	Pearson Correlation	.455**	.575**	.640**	.613**	.616**	.504**	.674**	1	.772**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y	Pearson Correlation	.752**	.848**	.878**	.850**	.801**	.789**	.801**	.772**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	80	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.891	8

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

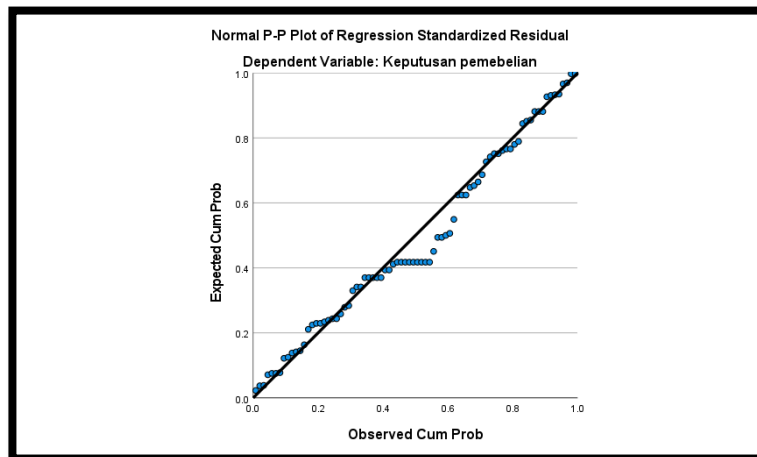
Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	80	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

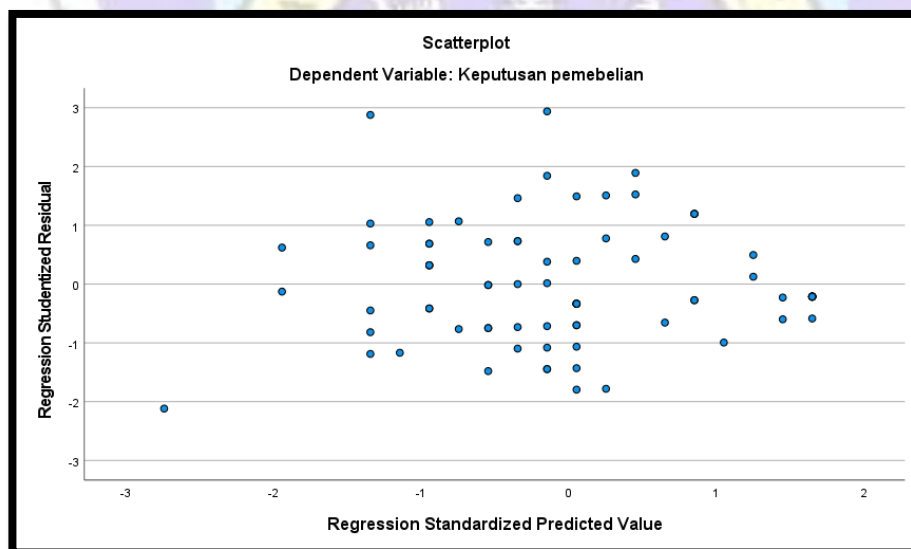
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.923	8

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Uji Heteroskedastisitas



Uji Regresi Linear Sederhana

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	SMM ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.869 ^a	.755	.751	2.755

a. Predictors: (Constant), SMM

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1820.258	1	1820.258	239.855	<.001 ^b
	Residual	591.942	78	7.589		
	Total	2412.200	79			

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), SMM

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.277	1.985		1.147	.255
	SMM	.957	.062	.869	15.487	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian