

Lampiran

1. Outline Kuisisioner

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI FOLLOWERS TIKTOK OFFICIAL KOPI KENANGAN

Halo, perkenalkan nama saya Evita Maharani mahasiswa semester 8 dari Universitas Esa Unggul yang sedang menyusun penelitian akhir (skripsi) berjudul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap minat beli followers tiktok official kopi kenangan”

Mohon bantuan dari teman-teman semua untuk mengisi kuisisioner di bawah ini. Terima kasih sudah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner ini.

1. Data Responden

1. Nama:
2. Jenis Kelamin: Pria/Wanita
3. Domisili:
4. Usia:
5. Apakah anda mengetahui Kopi kenangan?
6. Apakah anda menggunakan sosial media Tiktok?
7. Apakah anda merupakan followers tiktok kopi kenangan?

2. Pertanyaan

Penelitian ini berisi pertanyaan dengan jumlah 13 pertanyaan yang akan diisi oleh responden dengan satu jawaban untuk satu pertanyaan sesuai dengan keterangan ini.
Skala Likert

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Ragu-Ragu (RG)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Electronic word of mouth

No	Indikator	Penelitian / Frekuensi Skor				
	Platform Assistance	STS	TS	RG	S	SS
1.	Saya mendapatkan informasi melalui sosial media tiktok kopi kenangan untuk berinteraksi antara pengelola dan konsumen					
Concern For Other						
2.	Melalui media sosial tiktok, saya dapat merasakan kepedulian orang lain saat saya meminta rekomendasi menu kopi kenangan					
Economic Intensive						
3.	Melalui media sosial tiktok kopi kenangan saya mendapatkan informasi mengenai menu dan harga tanpa harus datang langsung ke kedai kopi kenangan					
Helping Company						
4.	Melalui media sosial tiktok kopi kenangan saya, bisa mengetahui informasi yang di berikan oleh user untuk meningkatkan minat beli konsumen					
Expressing Positive Emotions						
5.	Melalui media sosial tiktok kopi kenangan, saya mendapatkan informasi mengenai pengalaman positif seseorang tentang kopi kenangan					
Venting Negative Feelings						
6.	Saya tidak berminat membeli kopi kenangan jika banyak komentar negative tentang kopi kenangan di kolom komentar di media sosial kopi kenangan					
Social Benefits						
7.	Melalui media sosial tiktok kopi kenangan saya mengetahui adanya diskon dan voucher					
Advice Seeking						
8.	Saya ingin mencari informasi tentang kopi kenangan di media sosial lainnya					

Minat beli

No	Indikator	Penilaian / Frekuensi Skor				
	Minat beli	STS	TS	RG	S	SS
1.	Saya tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai kopi kenangan					
2.	Saya mempertimbangkan untuk membeli salah satu menu kopi di kedai kopi kenangan					
3.	Saya tertarik untuk mencoba salah satu menu kopi kenangan					
4.	Saya ingin mengetahui lebih lanjut tentang kedai kopi kenangan					
5.	Saya akan mengunjungi salah satu kedai kopi kenangan untuk mencoba kopi kenangan					

Lampiran 2. Absensi Bimbingan

KARTU ABSENSI BIMBINGAN

KULIAH KERJA PRAKTEK/SEMINAR & TEK. PENULISAN ILMIAH/TUGAS AKHIR



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
Program Studi Ilmu Komunikasi
Jl. Arjuna Utara, Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11510
021 - 567 4223 (hunting) Hotline Services : 021 - 7064 6060 / 021 - 7024 7272

KARTU ABSENSI BIMBINGAN
KULIAH KERJA PRAKTEK/SEMINAR & TEK. PENULISAN ILMIAH/TUGAS AKHIR

NAMA : Evita Maharani
NIM/PEMINATAN : 20180502188 / Hubungan Masyarakat
NO. TELP/EMAIL : 085880915121 / Vitamaharani473@gmail.com
JUDUL : Pengaruh Electronic Word Of Mouth terhadap Minat Beli Followers
Tiktok Official Kopi kenangan
DOSEN PEMBIMBING : Agus Firmansyah,S.Sos,M.I.Kom

No.	Tanggal	Bab	Catatan Pembimbing	TTD Pembimbing
1	11/4/2022	IV	Pengecekan ulang Bab 1,2&3	
2	15/4/2022	IV	Revisi Bab 1	
3	25/4/2022	IV	Pembahasan Bab 1 dan Uji V&R	
4	28/4/2022	IV	Pembahasan Bab 4	
5	19/5/2022	IV	Pemberian Revisi Bab 4	
6	20/5/2022	V-VI	Pembahasan Revisi Bab 4&5	
7	20/5/2022	V-VI	Pembahasan Bab 5	
8	13/6/2022	V-VI	Pembahasan & Revisian Bab 6	
9	22/7/2022	I-VI	Pembahasan Bab 6	
10	26/7/2022	I-VI	Revisi Jurnal & Pembahasan seluruh Bab	

Syarat maju sidang, minimal 10x pertemuan/pembimbingan

Mahasiswa

(Evita Maharani)
(Mahasiswa)

Mengetahui,

(Ka. Peminatan)

		Correlations								
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Total_X
X1	Pearson Correlation	1	,667**	,394	1,000**	,637**	,444*	,466*	,688**	,836**
	Sig. (2-tailed)		,001	,086	,000	,003	,050	,038	,001	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2	Pearson Correlation	,667**	1	,435	,667**	,201	,296	,466*	,459*	,669**
	Sig. (2-tailed)	,001		,055	,001	,395	,205	,038	,042	,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X3	Pearson Correlation	,394	,435	1	,394	,119	,573**	-,029	,271	,654**
	Sig. (2-tailed)	,086	,055		,086	,618	,008	,903	,248	,002
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X4	Pearson Correlation	1,000**	,667**	,394	1	,637**	,444*	,466*	,688**	,836**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,086		,003	,050	,038	,001	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X5	Pearson Correlation	,637**	,201	,119	,637**	1	,233	,328	,669**	,588**
	Sig. (2-tailed)	,003	,395	,618	,003		,323	,158	,001	,006
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X6	Pearson Correlation	,444*	,296	,573**	,444*	,233	1	,253	,306	,750**
	Sig. (2-tailed)	,050	,205	,008	,050	,323		,282	,190	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X7	Pearson Correlation	,466*	,466*	-,029	,466*	,328	,253	1	,749**	,577**
	Sig. (2-tailed)	,038	,038	,903	,038	,158	,282		,000	,008
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X8	Pearson Correlation	,688**	,459*	,271	,688**	,669**	,306	,749**	1	,767**
	Sig. (2-tailed)	,001	,042	,248	,001	,001	,190	,000		,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Total_X	Pearson Correlation	,836**	,669**	,654**	,836**	,588**	,750**	,577**	,767**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,002	,000	,006	,000	,008	,000	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20

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

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

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	,536*	,514*	,310	,409	,728**
	Sig. (2-tailed)		,015	,020	,184	,074	,000
	N	20	20	20	20	20	20
Y2	Pearson Correlation	,536*	1	,590**	,577**	,725**	,832**
	Sig. (2-tailed)	,015		,006	,008	,000	,000
	N	20	20	20	20	20	20
Y3	Pearson Correlation	,514*	,590**	1	,341	,749**	,810**
	Sig. (2-tailed)	,020	,006		,142	,000	,000
	N	20	20	20	20	20	20
Y4	Pearson Correlation	,310	,577**	,341	1	,628**	,721**
	Sig. (2-tailed)	,184	,008	,142		,003	,000
	N	20	20	20	20	20	20
Y5	Pearson Correlation	,409	,725**	,749**	,628**	1	,869**
	Sig. (2-tailed)	,074	,000	,000	,003		,000
	N	20	20	20	20	20	20
Total_Y	Pearson Correlation	,728**	,832**	,810**	,721**	,869**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	20	20	20	20	20	20

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

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