

LAMPIRAN 1
KUISIONER PENELITIAN

KUISIONER

PENGARUH *ELECTONIC WORD OF MOUTH* PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE TEMPAT WISATA HUTAN PINUS MANGUNAN

No. Kuisioner:

--	--	--

Yth. Saudara/i

Dengan ini saya Anton Sungkowo (20140410299) mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta memohon kepada Saudara/i untuk mengisi kuisioner ini dan melengkapi data-data yang diperlukan. Penelitian ini dilakukan dalam rangka penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi saya. Adapun penelitian ini bertujuan untuk menganalisis “PENGARUH *ELECTONIC WORD OF MOUTH* PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE TEMPAT WISATA HUTAN PINUS MANGUNAN”.

Saya mengharapkan kejujuran dan keikhlasan Saudara/i dalam menjawab setiap pertanyaan dan membaca dengan teliti sebelum mengisi kuisioner. Demi kepentingan penelitian, identitas responden akan dijaga kerahasiaannya. Atas segala partisipasi dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Anton Sungkowo

Data Responden

Berilah tanda (√) pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan jawaban anda.

1. Apakah anda pengguna media sosial instagram?

Ya

Tidak

2. Apakah nama akun instagram anda?

.....

3. Lama bergabung di instagram

< 1 tahun

1-2 tahun

> 2 tahun

4. Usia

< 17 tahun

17 tahun

> 17 tahun

5. Jenis Pekerjaan

Pelajar / Mahasiswa

Pegawai Negeri

Pegawai Swasta

Wiraswasta

Lain-lain

Petunjuk Pengisian

Isilah pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda contreng (√) pada kolom jawaban yang anda pilih.

Keterangan:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Electronic Word of Mouth (eWOM)

No	Dimensi	Pertanyaan	STS - SS				
			1	2	3	4	5
1	<i>Concern for others</i>	a. Melalui Instagram, saya mendapatkan informasi mengenai pilihan jasa layanan wisata (sewa hammock, <i>ccamping ground</i> , panggung, jelajah alam, foto <i>preewedding</i>) di Hutan Pinus Mangunan					
		b. Melalui Instagram, saya mendapatkan informasi mengenai kualitas dan keindahan Hutan Pinus Mangunan					
		c. Melalui Instagram, saya dapat merasakan kepdulian orang lain saat					

		merekendasikan <i>user</i> untuk berkunjung ke Hutan Pinus Mangunan					
		d. Melalui Instagram, saya mendapatkan rekomendasi yang berkaitan dengan Hutan Pinus Mangunan					
2	<i>Expressing positive feelings</i>	a. Melalui Instagram, saya mendapatkan informasi mengenai daya tarik di Hutan Pinus Mangunan					
		b. Melalui Instagram, saya dapat merasakan kesenangan orang lain saat atau setelah berkunjung ke Hutan Pinus Mangunan					
		c. Melalui Instagram, saya mendapatkan informasi bahwa Hutan Pinus Mangunan merupakan pilihan yang tepat untuk liburan					
		d. Melalui Instagram, saya mendapatkan informasi mengenai pengalaman positif orang lain di Hutan Pinus Mangunan					
3	<i>Economic Incentives</i>	a. Melalui Instagram, saya mendapatkan informasi mengenai harga-harga jasa					

		<p>layanan (sewa hammock, <i>camping ground</i>, panggung, jelajah alam, foto <i>prewedding</i>) sehingga saya dapat menentukan sesuai kebutuhan saya</p>					
		<p>b. Melalui Instagram, saya mendapatkan informasi tanpa harus datang langsung ke Hutan Pinus Mangunan</p>					
		<p>c. Melalui Instagram, saya dapat menanyakan berbagai hal mengenai Hutan Pinus Mangunan tanpa harus mengeluarkan banyak biaya (transportasi, pulsa)</p>					
		<p>d. Melalui Instagram, saya dapat melakukan pemesanan jasa layanan tanpa harus datang langsung ke lokasi Hutan Pinus Mangunan</p>					
4	<i>Helping the Company</i>	<p>a. Melalui Instagram, saya dapat merasakan kesediaan orang lain dalam membantu publikasi Hutan Pinus Mangunan</p>					
		<p>b. Melalui Instagram, saya dapat merasakan orang lain menginginkan Hutan Pinus Mangunan semakin</p>					

		berkembang dan terkenal					
		c. Melalui Instagram, saya dapat merasakan kesadaran orang lain akan potensi wisata di Hutan Pinus Mangunan sehingga timbul pula kesadaran untuk menjaga kelestarian daya tarik wisata Hutan Pinus Mangunan					
		d. Melalui Instagram, pengelola dapat memantau kritik dan saran <i>user</i> sehingga dapat dijadikan tolak ukur untuk meningkatkan pelayanan					
5	<i>Platform Assistance</i>	a. Instagram mempermudah eWOM (komunikasi dari mulut ke mulut) mengenai Hutan Pinus Mangunan					
		b. Instagram adalah alat yang efektif untuk proses promosi Hutan Pinus Mangunan					
		c. Instagram dapat menjadi media untuk berinteraksi antara pengelola dengan wisatawan					
		d. Instagram dapat menjadi alat untuk bertukar informasi antar wisatawan					

Keputusan Berkunjung Wisatawan

No	Pertanyaan	STS - SS				
		1	2	3	4	5
1	a. Saya mengetahui Hutan Pinus Mangunan beserta potensi dan keindahan alamnya					
	b. Saya merasa puas dengan pelayanan dan fasilitas di Hutan Pinus Mangunan					
	c. Melalui Instagram saya mendapatkan berbagai informasi mengenai Hutan Pinus Mangunan dan membandingkan dengan wisata lain yang serupa sebagai alternatif untuk dikunjungi					
	d. Setelah mengetahui informasi saya memutuskan untuk berkunjung ke Hutan Pinus Mangunan					
	e. Setelah mengetahui Hutan Pinus Mangunan saya berkeinginan untuk mencari informasi lebih banyak					

LAMPIRAN 2

DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN

No	Lama Bergabung di Instagram	Usia	Jenis Pekerjaan
1	3	3	1
2	3	3	1
3	3	3	1
4	3	3	1
5	3	3	1
6	3	3	3
7	3	3	1
8	3	3	3
9	3	3	3
10	2	3	5
11	2	3	1
12	2	3	1
13	2	3	3
14	3	3	3
15	3	3	1
16	2	3	1
17	2	3	1
18	2	3	1
19	3	3	1
20	3	3	1
21	2	2	1
22	3	3	1
23	1	3	3
24	1	3	3
25	3	3	1
26	3	2	1
27	2	2	1
28	2	3	1
29	2	3	1
30	3	3	1
31	3	3	1
32	3	3	3
33	3	3	3
34	3	3	3
35	3	3	3
36	3	3	3
37	1	3	1
38	2	3	1
39	2	3	3

40	2	3	4
41	3	3	2
42	1	2	3
43	3	3	3
44	2	3	3
45	2	3	5
46	3	3	3
47	2	3	1
48	3	3	5
49	3	3	1
50	3	3	1
51	3	3	5
52	1	3	1
53	3	3	1
54	3	3	1
55	2	3	1
56	2	3	5
57	3	3	1
58	3	3	1
59	2	3	1
60	3	2	1
61	3	2	1
62	3	2	1
63	3	3	3
64	3	3	1
65	2	3	1
66	1	3	1
67	3	3	1
68	3	3	1
69	3	3	1
70	1	2	3
71	2	3	3
72	2	3	3
73	3	3	3
74	2	3	5
75	2	3	5
76	3	3	3
77	3	3	3
78	3	3	5
79	2	3	5
80	3	3	1

81	1	3	1
82	2	3	1
83	3	3	1
84	3	2	1
85	3	3	1
86	2	3	1
87	3	3	1
88	3	3	5
89	2	3	3
90	2	3	2
91	2	2	1
92	2	3	4
93	2	3	2
94	2	3	2
95	3	3	4
96	3	3	1
97	3	3	4
98	3	3	4
99	2	3	4
100	3	3	5

LAMPIRAN 3

ANALISIS DESKRIPTIF RESPONDEN

Statistics

		Lama Bergabung di Instagram	Usia	Jenis Pekerjaan
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0

Lama Bergabung di Instagram

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<1 Tahun	8	8,0	8,0	8,0
	1-2 Tahun	35	35,0	35,0	43,0
	>2 Tahun	57	57,0	57,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 Tahun	10	10,0	10,0	10,0
	>17 Tahun	90	90,0	90,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Jenis Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar / Mahasiswa	54	54,0	54,0	54,0
	Pegawai Negeri	4	4,0	4,0	58,0
	Pegawai Swasta	25	25,0	25,0	83,0
	Wiraswasta	6	6,0	6,0	89,0
	Lain-lain	11	11,0	11,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

LAMPIRAN 4
UJI VALIDITAS

1. Concern for Others

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,398**	,285**	,313**	,636**
	Sig. (2-tailed)		,000	,004	,002	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,398**	1	,486**	,563**	,815**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,285**	,486**	1	,562**	,771**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,313**	,563**	,562**	1	,812**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL_X1	Pearson Correlation	,636**	,815**	,771**	,812**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

2. Expressing Positive Feelings

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,533**	,375**	,410**	,730**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,533**	1	,295**	,541**	,793**
	Sig. (2-tailed)	,000		,003	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,375**	,295**	1	,510**	,710**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,410**	,541**	,510**	1	,817**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL_X2	Pearson Correlation	,730**	,793**	,710**	,817**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

3. *Economic Incentives*

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,474**	,610**	,475**	,802**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,474**	1	,442**	,452**	,737**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,610**	,442**	1	,646**	,850**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,475**	,452**	,646**	1	,803**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL_X3	Pearson Correlation	,802**	,737**	,850**	,803**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

4. *Helping the Company*

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TOTAL_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	,472**	,350**	,339**	,725**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	,472**	1	,478**	,304**	,750**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,002	,000
	N	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	,350**	,478**	1	,523**	,787**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	,339**	,304**	,523**	1	,727**
	Sig. (2-tailed)	,001	,002	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL_X4	Pearson Correlation	,725**	,750**	,787**	,727**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

5. Platform Assistance

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	TOTAL_X5
X5.1	Pearson Correlation	1	,448**	,450**	,293**	,707**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,003	,000
	N	100	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	,448**	1	,610**	,436**	,799**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	,450**	,610**	1	,645**	,869**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X5.4	Pearson Correlation	,293**	,436**	,645**	1	,750**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL_X5	Pearson Correlation	,707**	,799**	,869**	,750**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

6. Keputusan Berkunjung Wisatawan

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TOTAL_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,375**	,382**	,324**	,308**	,654**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	,375**	1	,470**	,351**	,418**	,733**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	,382**	,470**	1	,594**	,527**	,804**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	,324**	,351**	,594**	1	,565**	,749**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	,308**	,418**	,527**	,565**	1	,750**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL_Y	Pearson Correlation	,654**	,733**	,804**	,749**	,750**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

LAMPIRAN 5
UJI RELIABILITAS

1. *Concern for Others*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,758	4

2. *Expressing Positive Feelings*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,758	4

3. *Economic Incentives*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,811	4

4. *Helping the Company*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,736	4

5. *Platform Assistance*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,788	4

6. *Keputusan Berkunjung Wisatawan*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,787	5

LAMPIRAN 6

ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X5, X1, X3, X2, X4 ^b		. Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,775 ^a	,600	,579	1,631

a. Predictors: (Constant), X5, X1, X3, X2, X4

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	375,033	5	75,007	28,206	,000 ^b
	Residual	249,967	94	2,659		
	Total	625,000	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X1, X3, X2, X4

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,743	1,676		,443	,658
	X1	,204	,092	,174	2,214	,029
	X2	,271	,101	,215	2,689	,008
	X3	,218	,073	,232	2,977	,004
	X4	,217	,106	,189	2,059	,042
	X5	,288	,099	,239	2,902	,005

a. Dependent Variable: Y

LAMPIRAN 7
HASIL TURNITIN



Perpustakaan BI Corner Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menyatakan bahwa skripsi di bawah ini:

Nama : Anton Sungkowo

Prodi : Manajemen

NIM : 20140410299

Judul : PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE HUTAN PINUS MANGUNAN

Dosen Pembimbing : Sutrisno Wibowo, SE., MM.

Telah dilakukan tes Turnitin dengan indeks similaritasnya sebesar : 19%, dengan Small Matches 1%.

Semoga surat keterangan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 11 Mei 2018
Petugas Perpustakaan



Raisa Fadelina, S.IP