

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER PENELITIAN

#### Pengaruh Media Sosial Marketing Instagram dan *Brand Identity* Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Synchronize Festival

No.*	
------	--

*\*diisi oleh peneliti*

Perkenalkan saya, Khairul Aditiya Kurniadi, mahasiswa Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta akan melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi ana dengan judul **“Pengaruh Media Sosial Marketing Instagram dan *Brand Identity* Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Synchronize Festival”**. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui, membuktikan dan menganalisis apakah media sosial marketing Instagram dan *brand identity*, memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung ke Synchronize Festival. Berikut ini ialah kriteria responden yang dapat mengisi kuesioner ini:

- 1) Responden yang berdomisili di DKI Jakarta.
- 2) Responden sudah pernah berkunjung ke Synchronize Fest minimal 1x.
- 3) Responden berusia 17 tahun keatas, baik laki-laki dan perempuan.

Untuk membantu saya dalam keberhasilan penelitian, mohon waktu dan kesediaan anda untuk mengisi kuesioner ini. peneliti membutuhkan informasi dan data yang kamu berikan, selanjutnya akan digunakan sebagai bahan penyusunan skripsi. Semua jawaban yang terdapat pada kuesioner akan sangat membantu. Seluruh jawaban dalam kuesioner ini terjamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis. Atas waktu dan kesediaannya saya ucapkan terima kasih.

Apabila terdapat pertanyaan, kritik dan saran dapat disampaikan melalui:

Hp/Whatsapp : 085883587286

Email : [Khairul.aditiya@upnvj.ac.id](mailto:Khairul.aditiya@upnvj.ac.id)

*Terima Kasih*

Peneliti

Khairul Aditiya Kurniadi

### **PERTANYAAN SARINGAN**

1. Pernah berkunjung ke Synchronize Festival? Jika,
  - Ya (Silakan teruskan mengisi kuesioner berikutnya)
  - Tidak (Cukup sampai di sini, terima kasih atas partisipasinya)
2. Apakah anda berdomisili di daerah Jakarta? Jika,
  - Ya (Silakan teruskan mengisi kuesioner berikutnya)
  - Tidak (Cukup sampai di sini, terima kasih atas partisipasinya)
3. Apakah anda berusia 17 tahun ke atas? Jika,
  - Ya (Silakan teruskan mengisi kuesioner berikutnya)
  - Tidak (Cukup sampai di sini, terima kasih atas partisipasinya)

### **A. IDENTITAS RESPONDEN**

**Petunjuk pengisian:** Isilah pernyataan berikut sesuai dengan diri Anda, berilah tanda silang (X) pada pernyataan yang merupakan pernyataan dengan pilihan.

Nama lengkap/ inisial	
Username Instagram	
Jenis Kelamin	<input type="checkbox"/> Laki-laki <input type="checkbox"/> Perempuan
Kota Domisili	<input type="checkbox"/> Jakarta Utara <input type="checkbox"/> Jakarta Timur <input type="checkbox"/> Jakarta Pusat <input type="checkbox"/> Jakarta Barat <input type="checkbox"/> Jakarta Selatan
Usia	<input type="checkbox"/> 17 – 21 Tahun <input type="checkbox"/> 22 – 26 Tahun. <input type="checkbox"/> 27 - 31 Tahun <input type="checkbox"/> Diatas 31 Tahun.

Pekerjaan	<input type="checkbox"/> Pelajar <input type="checkbox"/> Mahasiswa <input type="checkbox"/> Pegawai Negeri <input type="checkbox"/> Pegawai Swasta <input type="checkbox"/> Wirausaha <input type="checkbox"/> Lainnya _____
-----------	--

**B. PENILAIAN MENGENAI PENGARUH MEDIA SOSIAL MARKETING INSTAGRAM DAN BRAND IDENTITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**Petunjuk pengisian:** Anda diminta untuk menjawab dengan memilih salah satu dari kelima penilaian pada kolom yang tersedia dengan tepat. Adapun keterangan dari nilai penelitian yang tertera pada kuesioner.

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

**1. Keputusan Pembelian**

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
<b><i>Jenis Produk</i></b>						
1	Membeli tiket <i>Synchronize Festival</i> setelah mempertimbangkan berbagai hal.	1	2	3	4	5

2	Membeli tiket <i>Synchronize Festival</i> karena pilihan jenis produk yang beragam dan sesuai dengan keinginan.	1	2	3	4	5
3	Ketika memutuskan untuk membeli tiket, <i>Synchronize Festival</i> merupakan pilihan utama.	1	2	3	4	5
<b><i>Pemilihan Merek Produk</i></b>						
4	Membeli tiket <i>Synchronize Festival</i> karena keunggulan dari segi kualitas, desain dan memiliki citra yang baik.	1	2	3	4	5
5	Membeli tiket <i>Synchronize Festival</i> , setelah membandingkannya dengan Festival lain.	1	2	3	4	5
<b><i>Pilihan Penyalur Atau Agen</i></b>						
6	Membeli tiket <i>Synchronize Festival</i> karena agen distributor/pengecer (toko <i>offline</i> ) dekat.	1	2	3	4	5
7	Lebih menyukai membeli tiket <i>Synchronize Festival</i> secara online karena mudah.	1	2	3	4	5
<b><i>Waktu Pembelian</i></b>						
8	Membeli tiket <i>Synchronize Festival</i> Ketika sudah mengetahui keunggulan produknya	1	2	3	4	5

9	Membeli tiket <i>Synchronize Festival</i> karena adanya band yang tampil atau ketika adanya diskon.	1	2	3	4	5
10	Membeli tiket <i>Synchronize Festival</i> ketika memiliki cukup uang.	1	2	3	4	5
<b><i>Pemilihan Jumlah Produk</i></b>						
11	Membeli tiket <i>Synchronize Festival</i> lebih dari satu untuk memenuhi keinginan.	1	2	3	4	5
12	Varian tiket <i>Synchronize Festival</i> yang beragam dan menarik membuat keinginan membeli produk lebih meningkat.	1	2	3	4	5

## 2. Variabel Media Sosial Marketing

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
<b><i>Content Creation</i></b>						
1	Terdapat konten yang menarik melalui laman media sosial Instagram <i>Synchronize Festival</i>	1	2	3	4	5
2	Saya dapat menemukan informasi terkait promosi di dalam laman media sosial Instagram <i>Synchronize Festival</i>	1	2	3	4	5
<b><i>Content Sharing</i></b>						
3	Saya dapat menemukan konten mengenai <i>Synchronize</i>	1	2	3	4	5

	Festival pada laman Synchronize Festival					
4	Terdapat konsistensi Synchronize Festival dalam membagikan konten laman media sosial Instagram Synchronize Festival	1	2	3	4	5
<b>Connecting</b>						
5	Terdapat kerja sama antar Synchronize Festival dengan perusahaan media partner, <i>booth</i> F&B, dan merchandise pada laman media sosial Synchronize Festival	1	2	3	4	5
6	Synchronize Festival memberikan respon yang baik terhadap konsumen melalui komentar postingan akun media sosial	1	2	3	4	5
<b>Community Building</b>						
7	Synchronize Festival memberikan kesempatan bagi konsumen untuk mengikuti acara yang diselenggarakan melalui laman Instagram Synchronize Festival	1	2	3	4	5
8	Synchronize Festival melakukan reposting konten konsumen pada laman media sosial Instagram	1	2	3	4	5

### 3. Variabel *Brand Identity*

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
<b><i>Brand as Product</i></b>						
1	Synchronize Festival mudah diingat sebagai sebuah festival musik di Indonesia	1	2	3	4	5
2	Synchronize Festival memiliki pelayanan yang baik sesuai dengan namanya	1	2	3	4	5
3	Synchronize Festival selalu menghadirkan acara yang berkualitas sesuai dengan namanya	1	2	3	4	5
4	Brand Synchronize Festival dapat menunjukkan identitas yang sama dengan para pengunjungnya	1	2	3	4	5
5	Brand Synchronize Festival dapat menunjukkan asal negaranya	1	2	3	4	5
<b><i>Brand as Organization</i></b>						
6	Brand Synchronize Festival lebih mengutamakan nilai dan atribut perusahaan.	1	2	3	4	5



7	Brand Synchronize Festival berkaitan dengan budaya lokal.	1	2	3	4	5
<b><i>Brand as Person</i></b>						
8	<i>Brand Synchronize Festival berkaitan dengan kepribadian pengunjung.</i>	1	2	3	4	5
9	<i>Brand Synchronize Festival memiliki karakter yang kreatif, inovatif, dan mudah diingat.</i>	1	2			
<b><i>Brand as Symbol</i></b>						
10	Brand Synchronize Festival dapat dengan mudah dikenali atau diingat.	1	2	3	4	5
11	Brand Synchronize Festival berkaitan dengan pengalaman yang akan didapatkan saat berkunjung.	1	2	3	4	5

**Lampiran 2.**

**Tabulasi Data Media Sosial Marketing Instagram (X1)**

No Butir	1	2	3	4	5	6	7	8	Skor Total
1	5	5	5	4	4	5	4	5	37
2	5	5	5	5	5	4	4	5	38
3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	4	3	4	4	3	30
6	2	3	2	2	2	2	3	2	18
7	5	5	4	5	3	3	3	3	31
8	4	4	3	4	4	4	4	4	31
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	5	5	5	5	5	5	5	5	40
11	3	4	4	4	4	4	4	4	31
12	5	5	5	5	5	5	5	5	40
13	4	5	5	5	5	5	5	4	38
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	4	5	5	5	5	5	5	4	38
16	3	5	5	5	5	4	5	5	37
17	4	4	4	4	4	5	4	4	33
18	5	5	4	4	5	5	4	4	36
19	5	5	4	4	4	4	5	2	33
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	5	5	5	5	5	4	4	5	38
22	5	5	1	5	5	5	5	5	36
23	4	4	4	5	4	5	5	5	36
24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
25	4	4	4	4	4	4	4	5	33
26	1	1	2	2	4	4	4	2	20
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	4	4	4	3	4	3	4	4	30
29	4	4	5	4	5	4	4	4	34
30	3	5	5	5	4	4	4	4	34
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	5	5	5	5	5	5	5	5	40
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	5	4	4	4	4	5	5	5	36
35	4	4	3	4	4	3	3	4	29
36	3	3	3	4	4	4	3	4	28
37	5	5	5	5	5	4	5	4	38
38	5	5	5	4	5	5	5	5	39

39	5	5	5	5	5	5	5	5	40
40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
41	4	4	4	5	3	3	3	3	29
42	4	5	5	4	4	5	4	5	36
43	4	4	5	5	5	4	4	4	35
44	4	4	4	4	4	4	4	4	32
45	4	4	4	4	2	4	4	4	30
46	4	4	4	5	3	5	4	5	34
47	4	4	4	4	4	4	4	4	32
48	4	3	5	4	4	4	5	5	34
49	5	5	5	4	5	4	5	5	38
50	5	5	5	5	5	5	4	4	38
51	3	4	4	3	5	3	3	4	29
52	4	4	3	3	3	3	4	5	29
53	5	5	5	5	5	5	5	5	40
54	4	4	4	4	3	4	4	4	31
55	4	4	4	5	4	5	4	3	33
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32
57	5	4	4	5	5	4	4	4	35
58	5	5	5	5	5	5	5	5	40
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40
60	5	4	4	5	4	4	4	3	33
61	5	5	5	5	5	5	5	5	40
62	5	5	4	5	5	5	5	5	39
63	4	4	4	4	4	4	4	4	32
64	4	5	5	5	5	4	5	4	37
65	4	4	4	4	4	4	4	4	32
66	5	4	4	4	4	3	4	4	32
67	2	2	2	2	2	2	2	2	16
68	4	4	4	4	3	3	3	3	28
69	4	4	4	5	4	3	4	3	31
70	5	5	5	5	5	3	5	5	38
71	5	5	5	5	5	4	4	3	36
72	3	4	4	4	3	3	4	3	28
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40
74	5	5	5	5	5	5	5	5	40
75	5	5	5	5	5	5	5	5	40
76	4	4	4	4	4	4	4	4	32
77	5	4	4	5	3	5	3	4	33
78	2	2	4	5	5	4	4	4	30
79	2	2	2	2	2	2	2	2	16
80	4	5	5	5	5	4	4	5	37
81	5	5	5	4	4	5	5	4	37

82	4	4	4	4	4	4	4	3	31
83	5	5	5	5	5	5	5	5	40
84	5	5	5	5	5	5	5	5	40
85	5	4	5	5	5	5	5	5	39
86	4	4	5	5	5	5	4	5	37
87	5	5	5	5	5	5	5	5	40
88	5	5	5	4	5	4	4	4	36
89	4	4	4	4	4	4	4	4	32
90	5	4	5	5	5	5	5	5	39
91	5	3	5	5	5	5	5	5	38
92	5	4	5	3	3	5	3	4	32
93	4	4	4	4	4	4	4	4	32
94	4	4	4	4	4	5	3	5	33
95	5	5	5	5	5	5	5	5	40
96	5	5	5	5	5	5	5	5	40
97	5	5	5	5	5	5	5	5	40
98	2	2	1	2	2	2	2	2	15
99	5	5	5	5	5	5	5	5	40
100	4	4	3	4	3	4	5	4	31

**Lampiran 3. Tabulasi Data**  
**Brand Identity (X2)**

No Butir	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Skor Total
1	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	49
2	5	4	5	4	5	3	5	4	5	5	5	50
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	43
6	2	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2	21
7	4	4	3	4	3	3	3	4	5	5	5	43
8	4	4	4	4	5	3	5	4	5	5	3	46
9	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	45
10	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	54
11	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	49
12	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	54
13	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	54
14	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	54
15	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	53
16	5	5	4	5	5	5	3	5	5	4	5	51
17	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	45
18	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	47
19	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	51
20	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	54
21	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	50
22	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	54
23	5	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	46
24	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	54
25	4	1	1	2	5	4	1	1	2	2	3	26
26	1	1	2	2	4	3	4	1	4	4	4	30
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
29	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	47
30	5	4	5	5	5	3	5	4	4	4	5	49
31	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	47
32	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	54
33	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	53
34	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	46
35	4	4	4	3	5	3	3	4	4	4	4	42
36	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	45

37	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	54
38	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	50
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
41	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	43
42	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	50
43	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	48
44	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	42
45	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	43
46	5	5	5	4	5	3	5	4	5	5	5	51
47	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	48
48	5	4	5	5	5	5	3	5	5	4	4	50
49	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	52
50	5	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	50
51	5	4	4	4	5	5	5	3	5	5	4	49
52	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	39
53	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	54
54	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	50
55	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	51
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
57	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	46
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
59	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	54
60	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	46
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
64	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	53
65	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	41
66	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	53
67	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
68	5	4	4	4	3	3	4	3	5	4	4	43
69	5	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	48
70	5	3	3	1	4	3	5	3	5	5	3	40
71	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	52
72	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	42
73	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	52
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
77	4	5	4	5	5	4	3	5	4	5	4	48
78	1	4	1	3	5	5	1	4	2	3	4	33
79	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	20

<b>80</b>	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	52
<b>81</b>	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	52
<b>82</b>	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	44
<b>83</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
<b>84</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
<b>85</b>	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	52
<b>86</b>	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	51
<b>87</b>	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	54
<b>88</b>	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	48
<b>89</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
<b>90</b>	5	5	5	1	5	5	5	3	5	5	5	49
<b>91</b>	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	54
<b>92</b>	4	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	51
<b>93</b>	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54
<b>94</b>	5	4	5	4	5	5	3	4	5	5	5	50
<b>95</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
<b>96</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
<b>97</b>	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	53
<b>98</b>	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	20
<b>99</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
<b>100</b>	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	3	42

**Lampiran 4. Tabulasi Data  
Keputusan Berkunjung (Y)**

No Butir	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Skor Total
1	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	53
2	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	2	52
3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	57
4	3	3	3	4	3	3	3	5	5	3	5	2	42
5	4	4	4	5	2	5	3	4	4	4	2	4	45
6	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	21
7	4	5	3	5	5	3	4	5	5	5	5	3	52
8	4	4	4	5	3	3	4	3	4	4	3	4	45
9	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	47
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
11	3	4	4	5	3	5	5	4	4	4	5	2	48
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
13	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	53
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
15	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	56
16	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
17	3	3	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	51
18	5	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	3	50
19	2	2	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	51
20	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	56
21	5	4	2	5	5	5	5	5	5	4	5	5	55
22	3	3	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	52
23	5	5	3	5	4	4	4	4	5	5	4	4	52
24	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	56
25	4	4	2	4	4	5	5	4	4	4	4	3	47
26	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	16
27	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	5	55
28	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	2	43
29	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	56
30	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	55
31	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	48
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
33	4	4	3	4	5	5	5	4	5	4	5	4	52
34	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	5	4	51
35	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	48
36	5	3	3	5	3	5	5	4	3	3	3	4	46
37	4	3	5	5	4	5	5	4	5	3	4	4	51

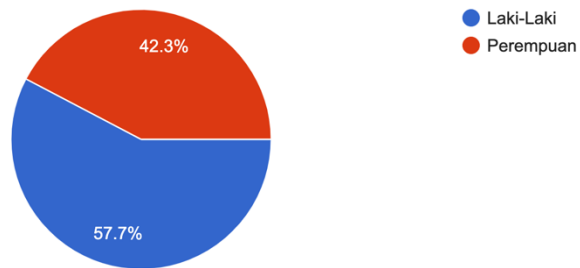


38	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	4	4	55
39	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	58
40	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	49
41	5	5	4	4	3	5	5	5	3	5	3	4	51
42	4	4	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	52
43	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	54
44	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	46
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	49
46	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	3	54
47	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	50
48	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	58
49	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	52
50	4	5	5	5	3	5	2	4	5	5	3	5	51
51	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	52
52	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	52
53	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
54	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	52
55	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	53
56	5	4	4	5	3	5	5	4	4	5	4	4	52
57	5	4	4	5	2	4	4	4	4	5	5	5	51
58	5	5	5	5	1	4	5	5	5	5	4	5	54
59	3	5	5	5	3	5	5	5	4	5	3	5	53
60	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	54
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
62	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
63	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	54
64	5	4	3	4	3	5	5	4	5	5	5	5	53
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	50
66	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	56
67	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	23
68	5	5	3	4	4	5	3	4	5	5	5	3	51
69	4	4	3	5	5	5	5	3	5	5	4	3	51
70	5	1	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	51
71	5	4	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	55
72	4	3	3	3	4	4	4	3	4	5	4	4	45
73	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	57
74	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	58
75	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
76	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	51
77	5	4	5	3	5	5	5	4	3	5	4	4	52
78	1	4	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	19
79	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	22
80	4	5	5	5	4	5	5	4	3	5	4	4	53

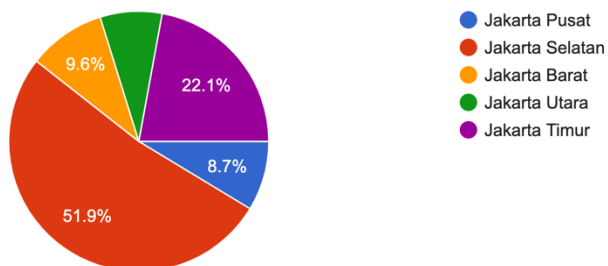
81	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	58
82	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	4	4	51
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
84	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	57
85	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
86	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	56
87	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	57
88	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	58
89	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	50
90	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	58
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	58
92	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	57
93	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	55
94	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
98	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	13
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
100	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5	5	4	48

## Lampiran 5. Hasil Data Responden

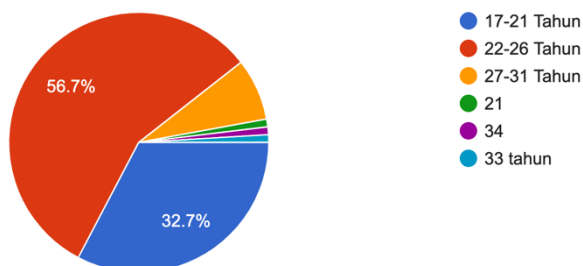
### a. Jenis Kelamin Responden



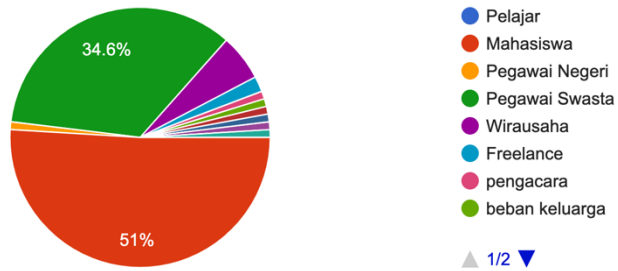
### b. Kota Domisili Reponden



### c. Usia Responden



#### d. Pekerjaan Responden



## Lampiran 6. Hasil Data Penelitian

### a. Hasil Responden Terhadap Media Sosial Marketing Instagram

Keputusan Berkunjung	1		2		3		4		5		Indeks (%)
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
KP1	5	5%	2	2%	6	6.00%	31	31.00%	56	56.00%	71.20
KP2	4	4%	3	3%	6	6.00%	45	45.00%	42	42.00%	67.60
KP3	2	2%	7	7%	17	17.00%	38	38.00%	36	36.00%	61.80
KP4	1	1%	5	5%	3	3.00%	27	27.00%	64	64.00%	70.60
KP5	5	5%	4	4%	11	11.00%	38	38.00%	42	42.00%	66.60
KP6	4	4%	2	2%	4	4.00%	23	23.00%	67	67.00%	73.40
KP7	2	2%	5	5%	6	6.00%	23	23.00%	64	64.00%	70.40
KP8	0	0%	6	6%	9	9.00%	37	37.00%	48	48.00%	65.40
KP9	2	2%	4	4%	4	4.00%	35	35.00%	55	55.00%	69.40
KP10	4	4%	2	2%	7	7.00%	18	18.00%	69	69.00%	73.20
KP11	3	3%	4	4%	6	6.00%	41	41.00%	46	46.00%	67.60
KP12	2	2%	9	9%	9	9.00%	39	39.00%	41	41.00%	63.60
<b>Rata-rata total indeks</b>											<b>68.40</b>

### b. Hasil Responden Terhadap *Brand Identity*

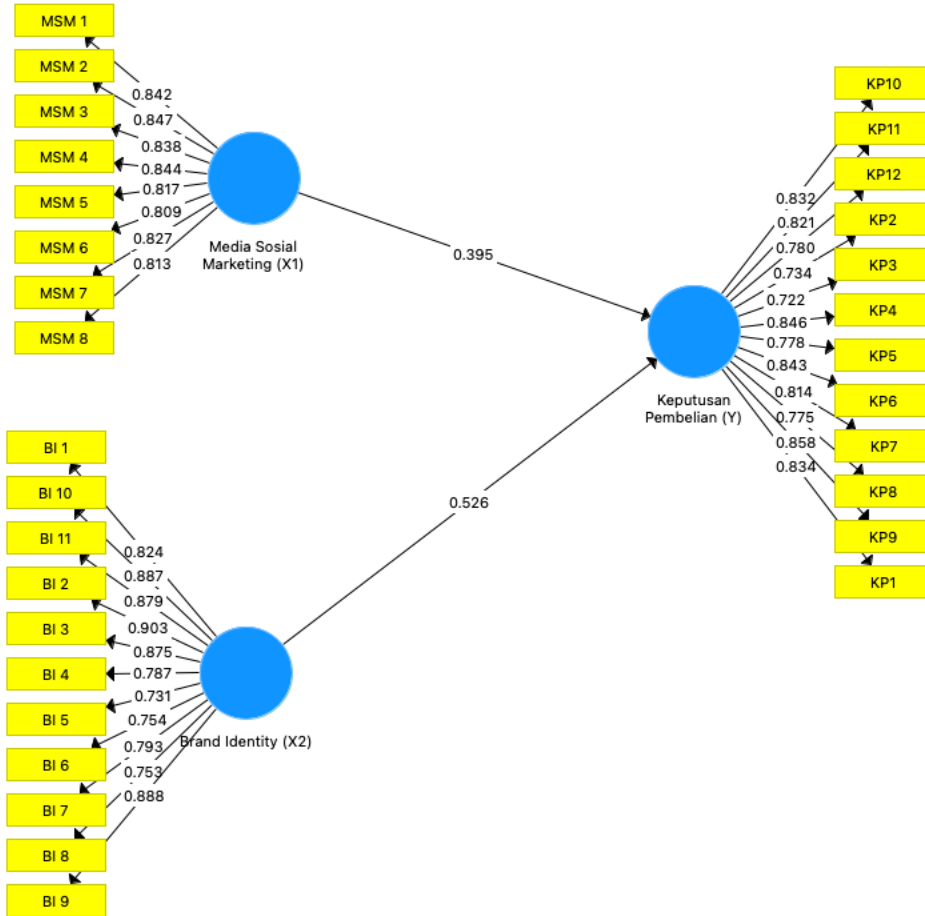
Brand Identity	1		2		3		4		5		Indeks (%)
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
BI1	2	2%	4	4%	2	2.00%	27	27.00%	65	65.00%	71.80
BI2	2	2%	4	4%	2	2.00%	38	38.00%	54	54.00%	69.60
BI3	2	2%	4	4%	4	4.00%	32	32.00%	58	58.00%	70.00
BI4	2	2%	6	6%	6	6.00%	42	42.00%	44	44.00%	66.00
BI5	3	3%	1	1%	2	2.00%	34	34.00%	60	60.00%	72.40
BI6	3	3%	1	1%	13	13.00%	41	41.00%	42	42.00%	66.60
BI7	2	2%	4	4%	13	13.00%	25	25.00%	56	56.00%	67.80
BI8	2	2%	5	5%	10	10.00%	40	40.00%	43	43.00%	65.40

BI9	0	0%	6	6%	2	2.00%	28	28.00%	64	64.00%	70.00
BI10	0	0%	5	5%	1	1.00%	30	30.00%	64	64.00%	70.60
BI11	0	0%	4	4%	5	5.00%	34	34.00%	57	57.00%	68.80
<b>Rata-rata total indeks</b>											<b>69.00</b>

### c. Hasil Responden terhadap Keputusan Berkunjung

Keputusan Berkunjung	1		2		3		4		5		Indeks (%)
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
KP1	5	5%	2	2%	6	6.00%	31	31.00%	56	56.00%	71.20
KP2	4	4%	3	3%	6	6.00%	45	45.00%	42	42.00%	67.60
KP3	2	2%	7	7%	17	17.00%	38	38.00%	36	36.00%	61.80
KP4	1	1%	5	5%	3	3.00%	27	27.00%	64	64.00%	70.60
KP5	5	5%	4	4%	11	11.00%	38	38.00%	42	42.00%	66.60
KP6	4	4%	2	2%	4	4.00%	23	23.00%	67	67.00%	73.40
KP7	2	2%	5	5%	6	6.00%	23	23.00%	64	64.00%	70.40
KP8	0	0%	6	6%	9	9.00%	37	37.00%	48	48.00%	65.40
KP9	2	2%	4	4%	4	4.00%	35	35.00%	55	55.00%	69.40
KP10	4	4%	2	2%	7	7.00%	18	18.00%	69	69.00%	73.20
KP11	3	3%	4	4%	6	6.00%	41	41.00%	46	46.00%	67.60
KP12	2	2%	9	9%	9	9.00%	39	39.00%	41	41.00%	63.60
<b>Rata-rata total indeks</b>											<b>68.40</b>

**d. Outer Model**



**e. Outer Loading**

Indikator	Media Sosial Marketing (X1)	Brand Identity (X2)	Keputusan Berkunjung (Y)
MSM 1	0,842		
MSM 2	0,847		
MSM 3	0,838		
MSM 4	0,844		
MSM 5	0,817		
MSM 6	0,809		
MSM 7	0,827		

MSM 8	0,813	
BI1		0,824
BI2		0,903
BI3		0,875
BI4		0,787
BI5		0,731
BI6		0,754
BI7		0,793
BI8		0,753
BI9		0,888
BI10		0,887
BI11		0,879
KP1		0,834
KP2		0,734
KP3		0,722
KP4		0,846
KP5		0,778
KP6		0,843
KP7		0,814
KP8		0,775
KP9		0,858
KP10		0,832
KP11		0,821
KP12		0,780

#### **f. Fornell-Lacker Criterium**

	<b>Brand Identity (X2)</b>	<b>Keputusan berkunjung (Y)</b>	<b>Media Sosial Marketing (X1)</b>
<i>Brand Identity (X2)</i>	0,827		
Keputusan berkunjung (Y)	0,864	0,804	
Media Sosial Marketing (X1)	0,857	0,845	0,830



### g. Average Variand Exctracted (AVE)

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Media Sosial Marketing (X1)	0,688
<i>Brand Identity (X2)</i>	0,684
Keputusan Berkunjung (Y)	0,647

### h. Uji Reabilitas

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Media Sosial Marketing (X1)	0,936	0,946
<i>Brand Identity (X2)</i>	0,953	0,960
Keputusan Berkunjung (Y)	0,950	0,956

### i. Q-square

	SSO	SSE	$Q^2$ (=1-SSE/SSO)
Media Sosial Marketing Instagram (X1)	800	800	
<i>Brand Identity (X2)</i>	1.100.000	1.100.000	
Keputusan Berkunjung (Y)	1.200.000	607.269	0.494

### j. R-square

	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
Keputusan Berkunjung (Y)	0,788	0,783

**k. Hasil Uji T Statistik**

	<b>Original Sample</b>	<b>T Statistics ( O/STDEV )</b>	<b>P Values</b>
<i>Brand Identity</i> -> Keputusan Berkunjung	0,526	4.310	0.000
Media Sosial Marketing -> Keputusan Berkunjung	0,395	3.066	0.002