

## Lampiran 1

### Frequency Table

**Jenis\_kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	41	41,0	41,0	41,0
	Perempuan	59	59,0	59,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

**Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15 – 22 Tahun	82	82,0	82,0	82,0
	23 – 30 Tahun	18	18,0	18,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

**Pekerjaan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/ Mahasiswa	81	81,0	81,0	81,0
	Karyawan Swasta	13	13,0	13,0	94,0
	Wiraswasta	6	6,0	6,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

**Statistics**

		X	Y
N	Valid	100	100
	Missing	0	0
Mean		38,90	22,16
Std. Deviation		4,150	2,545
Skewness		,156	-,314
Std. Error of Skewness		,241	,241
Kurtosis		-1,029	-,641
Std. Error of Kurtosis		,478	,478
Range		16	10
Minimum		29	15
Maximum		45	25
Sum		3890	2216

**Statistics**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9
Valid	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	4,34	4,28	4,07	4,30	4,31	4,44	4,41	4,36	4,39

**Frequency Table**

**P1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2,0	2,0	2,0
	3	3	3,0	3,0	5,0
	4	54	54,0	54,0	59,0
	5	41	41,0	41,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**P2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4,0	4,0	4,0
	3	2	2,0	2,0	6,0
	4	56	56,0	56,0	62,0
	5	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**P3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1,0	1,0	1,0
	2	2	2,0	2,0	3,0
	3	22	22,0	22,0	25,0
	4	39	39,0	39,0	64,0
	5	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**P4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2,0	2,0	2,0
	2	1	1,0	1,0	3,0
	3	6	6,0	6,0	9,0
	4	47	47,0	47,0	56,0
	5	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1,0	1,0	1,0
	2	1	1,0	1,0	2,0
	3	8	8,0	8,0	10,0
	4	46	46,0	46,0	56,0
	5	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2,0	2,0	2,0
	3	1	1,0	1,0	3,0
	4	48	48,0	48,0	51,0
	5	49	49,0	49,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1,0	1,0	1,0
	3	2	2,0	2,0	3,0
	4	52	52,0	52,0	55,0
	5	45	45,0	45,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4,0	4,0	4,0
	3	2	2,0	2,0	6,0
	4	48	48,0	48,0	54,0
	5	46	46,0	46,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2,0	2,0	2,0
	3	3	3,0	3,0	5,0
	4	49	49,0	49,0	54,0
	5	46	46,0	46,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	3,0	3,0	3,0
	4	50	50,0	50,0	53,0
	5	47	47,0	47,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



P12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1,0	1,0	1,0
	3	2	2,0	2,0	3,0
	4	44	44,0	44,0	47,0
	5	53	53,0	53,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1,0	1,0	1,0
	2	3	3,0	3,0	4,0
	3	2	2,0	2,0	6,0
	4	48	48,0	48,0	54,0
	5	46	46,0	46,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**P13**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3,0	3,0	3,0
	3	3	3,0	3,0	6,0
	4	44	44,0	44,0	50,0
	5	50	50,0	50,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**P14**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1,0	1,0	1,0
	3	1	1,0	1,0	2,0
	4	44	44,0	44,0	46,0
	5	54	54,0	54,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Statistics**

		P10	P11	P12	P13	P14
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4,44	4,35	4,49	4,38	4,50

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,446	1,730		
	X	,430	,044	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Y

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,446	1,730		3,148	,002
	X	,430	,044	,701	9,718	,000

**Correlations**

		Y	X
Pearson Correlation	Y	1,000	,701
	X	,701	1,000
Sig. (1-tailed)	Y	.	,000
	X	,000	.
N	Y	100	100
	X	100	100

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Y	22,16	2,545	100
X	38,90	4,150	100

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	314,782	1	314,782	94,437	,000 <sup>b</sup>
	Residual	326,658	98	3,333		
	Total	641,440	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	X
1	1	1,994	1,000	,00	,00
	2	,006	18,895	1,00	1,00

a. Dependent Variable: Y

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	17,91	24,78	22,16	1,783	100
Std. Predicted Value	-2,386	1,470	,000	1,000	100
Standard Error of Predicted Value	,183	,474	,252	,057	100
Adjusted Predicted Value	17,47	24,77	22,15	1,792	100
Residual	-6,773	6,094	,000	1,816	100
Std. Residual	-3,710	3,338	,000	,995	100
Stud. Residual	-3,730	3,456	,001	1,007	100
Deleted Residual	-6,845	6,535	,005	1,860	100
Stud. Deleted Residual	-4,006	3,670	,001	1,035	100
Mahal. Distance	,001	5,691	,990	,976	100
Cook's Distance	,000	,432	,012	,047	100
Centered Leverage Value	,000	,057	,010	,010	100

a. Dependent Variable: Y



## Lampiran 2

### **Wawancara 1 : Influencer**

S : Selvita

I : Influencer

S : Hi Ci.. Boleh aku ganggu sebentar waktunya untuk saya wawancara ?

I : Boleh dong

S : Ada beberapa pertanyaan cici jawab ya..

I : Oke

S :

1. Kriteria produk yang seperti apa yang cici endorse ?
2. Apabila cici tidak menyukai produknya, cici tetap *posting* tidak ?
3. Pesan yang cici sampaiin di sosmed terserah cici atau ada perjanjian dengan perusahaan ?
4. Bagaimana *follow up* dari perusahaan itu sendiri setelah cici *posting* produk mereka ?

I :

1. Produk makanan utamanya sesuai dengan passion dari awal. Tapi @foodwaw kadang juga menerima endorsement seperti eyelash, nail art, dan beberapa merchant seperti Suzuki.
2. Tetap *posting* dengan caption dan review yang tidak membohongi *followers* aku. Kalau makanan tidak enak ya ga enak, ga akan aku bilang enak.
3. Bisa terserah ataupun ada perjanjian, tergantung diskusi dari awal dengan pihak restoran.
4. Perusahaan yang bekerja sama sama aku santai sih, tidak ada yang *follow up*. Mereka *check* sendiri di Instagram sudah *posting* or no.

S : Terima kasih ya ci atas waktunya..

I : Sama-sama..



## **Wawancara II : *Follower***

S : Selvita

F : Followers

S : Hi wyn.. boleh aku wawancara kamu buat tugas akhir saya

F : Boleh, mau nanya apa ?

S : Kamu follow @foodwaw kan ?

F : Iya..

S : Oke, aku mau nanya beberapa pertanyaan kamu jawab ya

F : Oke siap

S : Apa yang membuat anda tertarik menjadi follower dari @foodwaw ?

F : Karena konten dari foodwaw dalam lingkup f&b cukup informatif dan menggoda selera

S : Apakah anda sering melihat posting-an influencer ? Mengapa?

F : Sering, untuk melihat kehidupan atau lagi bingung cari makan apa, aku liat IG dia buat jadi referensi tempat makan.

S : Apakah anda sering membagikan konten dari influencer ? Apa alasan anda?

F : Tidak.

S : Apakah anda sering memberikan like untuk setiap postingan influencer? Mengapa?

F : Tergantung foto / video yang diposting oleh influencer. Jika menarik maka akan saya beri like.

S : Apakah anda sering melihat produk yang dipromosikan influencer?

F : Sering

S : Menurut anda, apakah influencer tersebut ketika mempromosikan barang membuat anda berminat untuk membeli?

F : Iya, terkadang

S : Jika ya, apa alasan yang membuat anda berminat untuk membeli produk yang dipromosikan influencer?

F : 1. Kadang produk yg dipromosikan sesuai dengan kebutuhan saat itu

2. Produk yang dipromosikan menarik dan memiliki harga terjangkau

S : Apakah anda sering memberikan komentar pada setiap kali influencer mempromosikan produk? Mengapa?

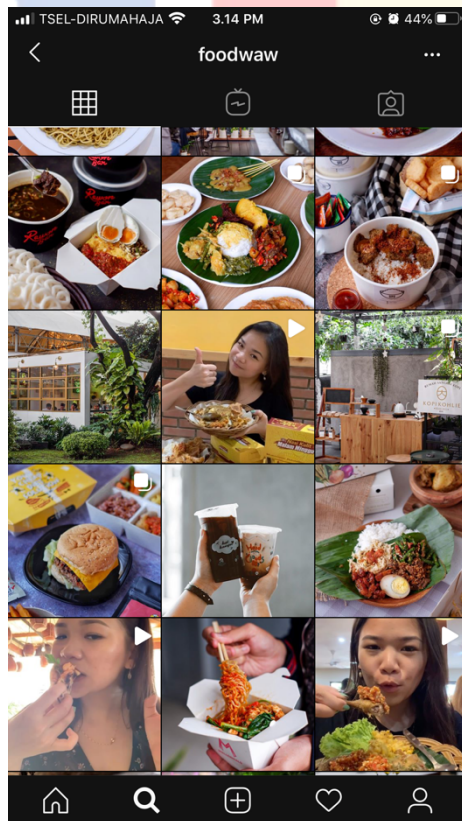
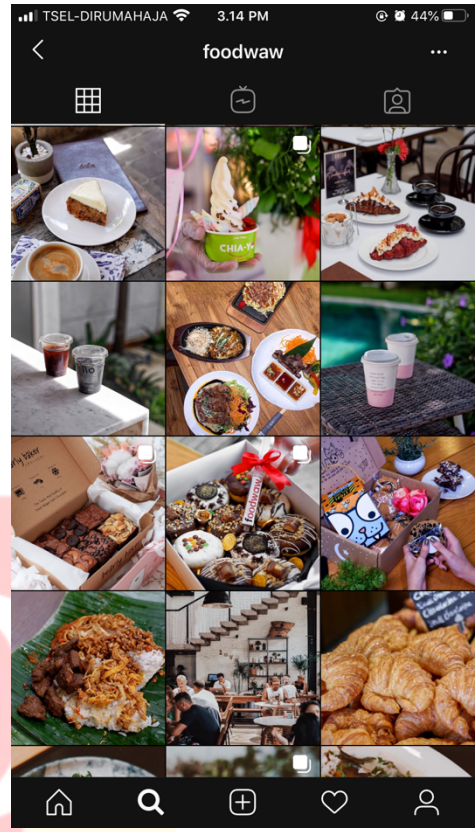
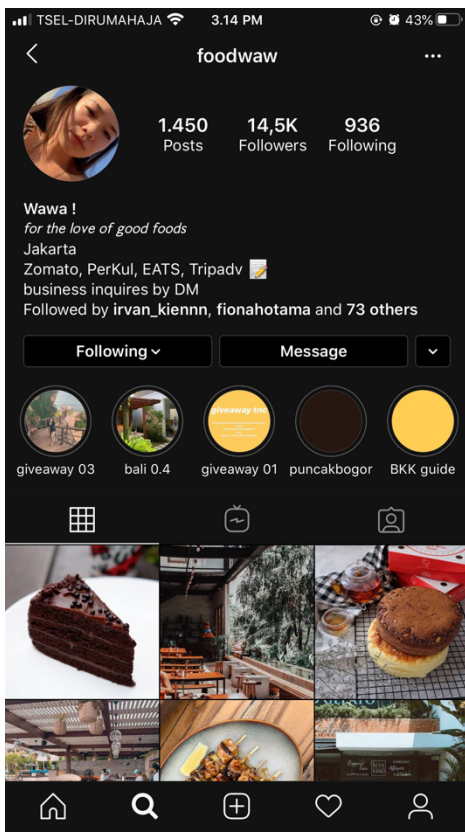
F : Tidak karena males aja comment. Hehehe..

S : Thank you ya buat waktunya wyn..

F : Sama-sama..



### Lampiran 3



#### **Lampiran 4**

Pertanyaan Kuisisioner

Identitas Responden

Jenis Kelamin:

Usia:

a. 15 – 22 Tahun

b. 23 – 30 Tahun

c. 31 – 38 Tahun

Pekerjaan :

A. PNS

B. Karyawan Swasta

C. Pelajar/ Mahasiswa

D. Wiraswasta

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	<i>Follower</i> banyak yang memberikan <i>like</i>					
2.	<i>Share</i> produk dilakukan secara rutin					
3.	<i>Follower</i> memberikan komentar pada setiap <i>postingan</i>					
4.	<i>Follower</i> yang berminat untuk membeli mengisi form					
5.	<i>Follower</i> aktif membagikan konten dari <i>influencer</i>					
6.	<i>Follower</i> aktif meneruskan konten dari <i>influencer</i> .					

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
7.	<i>Influencer</i> dalam mempromosikan produk mempunyai nilai yang sama dengan target konsumen.					
8.	<i>Influencer</i> dalam mempromosikan produk memperhatikan budaya sesuai dengan target konsumen					
9.	<i>Influencer</i> dalam mempromosikan produk memperhatikan demografis konsumen					
10.	Saya selalu mencari informasi terbaru tentang produk yang baik.					
11.	Konsumen muncul sendiri dari keinginan konsumen untuk membeli suatu produk.					
12.	Konsumen tertarik untuk mencoba minat bersedia untuk mengetahui produk					
13.	Konsumen tertarik untuk mencoba					
14.	Konsumen bersedia memiliki produk.					