

LAMPIRAN

Lampiran 1. Angket

Penelitian Pemasaran Interaktif Melalui Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Applecoast Clothing

Assalamualaikum Wr. Wb. Saya Surya Ramadiansyah, mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi jurusan Manajemen Komunikasi Universitas Islam Bandung yang sedang melakukan penelitian Tugas Akhir (Skripsi). Saya meminta kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner mengenai Pemasaran Interaktif Melalui Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Applecoast Clothing. Diharapkan Anda mengisi sesuai dengan pengalaman dan pandangan Anda sebagai konsumen terkait penerapan sosial media marketing sebagai sarana promosi Applecoast Clothing. Terima Kasih. Wassalamualaikum Wr. Wb.

A. Data Responden

1. Apa jenis kelamin Anda?

- Laki-laki
 Perempuan.

2. Berapa usia Anda saat ini?

- < 20 Tahun
 20 - 25 Tahun
 25 - 30 Tahun
 > 30 Tahun

3. Apa pekerjaan Anda?

- Pelajar
 Mahasiswa
 Pegawai Swasta
 Pegawai Negeri
 Lain – lain

4. Dari mana pertama kali Anda mendapatkan informasi tentang Applecoast?

- Teman
 Instagram
 Website

5. Di mana biasanya Anda melakukan pembelian produk dari Applecoast?

- Toko Applecoast
- Instagram
- Website

Context

Silahkan mengisi berdasarkan pandangan Anda mengenai bagaimana bentuk sebuah pesan atau informasi yang diberikan Applecoast di instagram

1. Penggunaan bahasa di instagram Applecoast mudah dipahami

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

2. Pesan yang disampaikan mampu menjelaskan produk yang ditawarkan

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

3. Dengan informasi yang diberikan membuat saya tidak perlu bertanya seputar produk yang ditawarkan

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

4. Penjelasan (*caption*) sesuai dengan foto yang ditampilkan

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Communication

Silahkan mengisi berdasarkan Pandangan Anda mengenai cara berbagi informasi dan pengemasan pesan yang dilakukan oleh Applecoast di instagram

5. Penyampaian informasi oleh Applecoast sesuai dengan yang dibutuhkan

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

6. dengan informasi yang diberikan mampu membuat saya melakukan pembelian

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

7. Applecoast memiliki *content* instagram dan *website* yang menarik

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

8. Dengan *content* instagram dan *website* yang menarik membuat saya tertarik melakukan pembelian

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

9. Instagram dan *website* memiliki katalog produk yang lengkap

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Collaboration

Silahkan mengisi berdasarkan pandangan Anda mengenai bagaimana kerja sama atau tanggapan yang dilakukan Applecoast terhadap konsumen di instagram dan *website*.

10. Applecoast mampu berkomunikasi dengan baik dengan konsumennya

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

11. Applecoast selalu merespon dengan baik konsumennya

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

12. Tanggapan Applecoast selalu mampu menjawab pertanyaan yang diajukan konsumen

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Connection

Silahkan mengisi berdasarkan pandangan Anda mengenai cara Applecoast memelihara hubungan yang sudah terjalin sebelumnya dengan konsumen

13. Applecoast mampu menanggapi komentar/keluh kesah konsumennya

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

14. Applecoast menampilkan review (testimonial) dari konsumen yang pernah melakukan pembelian

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

15. Dengan adanya testimoni pembelian membuat Anda lebih percaya terhadap Applecoast

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

16. Applecoast selalu memberikan apresiasi yang baik terhadap konsumennya

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

17. Applecoast mengapresiasi konsumennya dengan memberikan diskon *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

18. Applecoast memberikan apresiasi yang baik terhadap konsumennya dengan me re - post foto konsumen yang menggunakan produk Applecoast

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Terima kasih sudah meluangkan waktu Anda untuk mengisi kuesioner ini.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Lampiran 2. Draft Wawancara

Surya : *“Anda menyatakan setuju mengenai penggunaan bahasa Applecoast mudah dipahami, bisa dijelasin kenapa anda menyatakan setuju?”*

Fani : *“Penggunaan bahasa Applecoast mudah dipahami ya, jadi dia tuh pake bahasa sehari-hari maksudnya jadi bahasa yang dipakenya tuh gak terlalu baku, kesannya kaya temen sama temen”.*

Surya : *“Anda memilih netral dalam pernyataan mengenai bahwa pesan yang disampaikan Applecoast mampu menjelaskan produk yang ditawarkan”.*

Rendy : *“Jadi kenapa saya milih netral soalnya gak semua pesan yang disampein sama Applecoast tuh ngejelasin produknya, sama kan tiap postingan atau unggahan foto gak semua tentang produk nya juga terutama di media sosial”.*

Surya : *“Anda menyatakan setuju dengan informasi yang diberikan membuat anda tidak perlu bertanya seputar produk yang di tawarkan, bisa dijelasin kenapa anda menyatakan setuju?”*

Naya : *“Pas Applecoast posting (mengunggah) foto tentang produk yang di promosiin tuh isi caption atau penjelasannya cukup jelas terutama untuk katalognya, kaya dari bahan, warna sama ukuran yang tersedia, terus harganya juga dicantumin jadi kita gaperlu nanya lagi”.*

Surya : *“Anda menyatakan netral pada pernyataan penjelasan (caption) sesuai dengan foto yang ditampilkan, bisa dijelasin kenapa anda menyatakan netral?”*

- Juju : *“Gak semua postingan atau unggahan Applecoast sesuai sama foto yang ditampilin kaya ngejelasin, tapi kadang foto tapi si captionnya atau penjelasannya tuh lebih ke pernyataan atau quotes tentang kata mutiara gitu”.*
- Surya : *“Anda menyatakan setuju pada pernyataan penyampaian informasi oleh Applecoast sesuai dengan yang dibutuhkan, bisa dijelasin kenapa anda menyatakan setuju?”*
- Nia : *“Ya informasi yang Applecoast kasih tuh sesuai lah sama yang dibutuhin konsumen, kaya penjelasan seputar produk, terus gimana cara beli, sama kalo ada event atau mau promosi barang baru tuh suka dikasih tau”.*
- Surya : *“Anda menyatakan netral pada pernyataan dengan informasi yang diberikan mampu membuat saya melakukan pembelian, bisa dijelasin kenapa anda menyatakan?”*
- Ojan : *“Sebenarnya bukan cuma dari informasi yang dikasih yang bikin saya berminat untuk beli, ada beberapa faktor kaya rekomendasi, kualitasnya juga bagus terus harganya juga terjangkau”*
- Surya : *“Anda menyatakan netral pada pernyataan Applecoast memiliki content media sosial dan website yang menarik, bisa dijelasin kenapa anda menyatakan netral?”*
- Ivan : *“Sebenarnya udah bagus si desain atau contentnya cuma belum bisa bikin menarik perhatian gitu, belum lagi kan masalah kaya menarik atau tidaknya punya persepsi masing-masing”*

Surya : *“Anda memilih netral pada pernyataan dengan content Instagram dan website yang menarik membuat saya tertarik melakukan pembelian, bisa dijelaskan kenapa anda menyatakan netral?”*

Rendy : *“Yang membuat saya melakukan pembelian atau tertarik ke produknya tuh gak cuma dari content nya aja, tapi ya emang dari modelnya saya suka dan harga produknya terjangkau”*

Surya : *“Anda menyatakan setuju pada pernyataan instagram dan website Applecoast memiliki katalog produk yang lengkap, bisa dijelaskan kenapa anda menyatakan setuju?”*

Caca : *“Applecoast tuh punya katalog yang lengkap di instagram sama di websitenya, jadi kita tuh lebih enak aja terus gampang buat milih produk yang kita suka”.*

Surya : *“Anda memilih netral pada pernyataan Applecoast mampu berkomunikasi dengan baik dengan konsumennya, bisa dijelaskan kenapa anda menyatakan netral?”*

Iqbal : *“Sebenarnya sih komunikasi antara konsumen sama pihak Applecoast ya biasa aja menurut saya sewajarnya admin menanggapi konsumennya”*

Surya : *“Anda menyatakan netral pada pernyataan Applecoast selalu merespon dengan baik konsumennya, bisa dijelaskan kenapa anda menyatakan netral?”*

- Juju : *“Yang saya rasain sih respon admin biasa aja gak gimana gitu, tapi itu udah bagus sih se enggaknya ada respon ke konsumennya, gak sampe di diemin gitu kalo ada konsumen yang coba komunikasi”*
- Surya : *“Anda menyatakan netral pada pernyataan Applecoast selalu mampu menjawab pertanyaan yang diajukan konsumen, bisa dijelasin kenapa anda menyatakan netral?”*
- Iqbal : *“Yang saya liat dan sih ada beberapa pertanyaan yang gak dijawab, ya mungkin karena kan kadang ada beberapa orang yang males baca padahal udah dijelasin di unggahannya jadi ya mungkin itu salah satu faktor mereka gak jawab pertanyaan dari konsumen”.*
- Surya : *“Anda memilih netral pada pernyataan Applecoast mampu menanggapi komentar/keluh kesah konsumennya, bisa dijelasin kenapa anda menyatakan netral?”*
- Ivan : *“Untuk masalah keluh kesah sih saya gak terlalu tau, soalnya kana da caranya sendiri untuk nyampein keluhan dan saran. Sejauh ini yang saya rasain mah aman-aman aja gak ada yang harus dilaporin”*
- Surya : *“Anda menyatakan netral pada pernyataan Applecoast menampilkan review (testimonial) dari konsumen yang pernah melakukan pembelian, bisa dijelasin kenapa anda menyatakan netral?”*
- Rendy : *“Sebenarnya kalo menurut saya testimoni gak terlalu berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, konsumen jaman sekarang udah pinter-pinter milih ko”.*

- Surya : *“Anda memilih netral pada pernyataan dengan adanya testimoni pembelian membuat Anda lebih percaya terhadap Applecoast, bisa dijelaskan kenapa anda menyatakan netral?”*
- Reza : *“Kalo masalah kepercayaan mah gak harus pake testimoni, itu mah lebih ke diri masing-masing aja”*
- Surya : *“Anda menyatakan tidak setuju pada pernyataan Applecoast selalu memberikan apresiasi yang baik terhadap konsumennya, bisa dijelaskan kenapa anda menyatakan tidak setuju?”*
- Juju : *“Ya kenapa milih gak setuju mungkin saya belum ngerasain aja bentuk apresiasi yang dikasih sama Applecoast tuh kaya gimana”*
- Surya : *“Anda menyatakan netral pada pernyataan Applecoast mengapresiasi konsumennya dengan memberikan diskon, bisa dijelaskan kenapa anda menyatakan netral?”*
- Caca : *“Kalo menurut saya sih diskon tuh bukan tujuan utama salah satu bentuk apresiasi terhadap konsumen, lebih ke buat ngehabisin stok dan sebenarnya masih ada cara lain buat apresiasi konsumen kok”*
- Surya : *“Anda menyatakan netral pada pernyataan Applecoast memberikan apresiasi yang baik terhadap konsumennya dengan me re - post foto, bisa dijelaskan kenapa anda menyatakan netral?”*
- Ojan : *“Sebenarnya sih bagus ya nge re-post foto konsumen yang pake produk Applecoast tapi ya setuju gak setuju sih soalnya kadang foto yang di re-post tuh foto artis jadi kesannya beda jadinya endorse kalo gitu”*

Lampiran 3. Coding Book

No.	Indikator	Alat Ukur	Instrument	Pilihan Jawaban	Skor	Skala
1.	Jenis kelamin	Pilihan kelamin responden	Apa jenis kelamin anda?	- Laki-laki - Perempuan	1 2	Ordinal
2.	Usia	Range kelompok usia responden	Berapa usia anda saat ini	- <20 Tahun - 20-25 Tahun - 25-30 Tahun - >30 Tahun	1 2 3 4	Ordinal
3.	Pekerjaan	Variasi pekerjaan responden	Apa pekerjaan anda?	- Pelajar - Mahasiswa - Pegawai Sawasta - Pegawai Negeri	1 2 3 4	Ordinal
4.	Pengalaman	Pertama kali mendapatkan informasi Applecoast	Dari mana pertama kali anda mendapatkan informasi tentang Applecoast	- Teman - Instagram - Website	1 2 3	Ordinal
5.	Proses Transaksi	Tempat melakukan pembelian produk	Dimana biasanya anda melakukan pembelian produk dari Applecoast?	- Toko Applecoast - Instagram - Website	1 2 3	Ordinal
6.	Penerapan <i>Context</i>	Penggunaan bahasa dalam sebuah informasi yang diberikan Applecoast	Penggunaan bahasa di instagram Applecoast mudah dipahami	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	5 4 3 2 1	Ordinal

No.	Indikator	Alat Ukur	Instrument	Pilihan Jawaban	Skor	Skala
7.			Pesan yang di sampaikan mampu menjelaskan produk yang ditawarkan	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	5 4 3 2 1	Ordinal
8.			Dengan informasi yang diberikan membuat saya tidak perlu bertanya seputar produk yang ditawarkan	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	5 4 3 2 1	Ordinal
9.			Penjelasan (<i>caption</i>) sesuai dengan foto yang ditampilkan	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	5 4 3 2 1	Ordinal
10.	Penerapan <i>Communication</i>	Penyampaian informasi dan pengemasan sebuah pesan	Penyampaian informasi oleh Applecoast sesuai dengan yang di butuhkan	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	5 4 3 2 1	Ordinal
11.	Penerapan <i>Communication</i>	Penyampaian informasi dan pengemasan sebuah pesan	Dengan informasi yang diberikan membuat saya melakukan pembelian	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	5 4 3 2 1	Ordinal

No.	Indikator	Alat Ukur	Instrument	Pilihan Jawaban	Skor	Skala
12.			Applecoast memiliki <i>content</i> instagram dan <i>website</i> yang menarik	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	5 4 3 2 1	Ordinal
13.			Dengan <i>content</i> instagram dan <i>website</i> yang menarik membuat saya tertarik melakukan pembelian	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	5 4 3 2 1	Ordinal
14.			Instagram dan <i>website</i> Applecoast memiliki katalog produk yang lengkap	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	5 4 3 2 1	Ordinal
15.			Applecoast mampu berkomunikasi dengan baik dengan konsumennya	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	5 4 3 2 1	Ordinal
16.	Penerapan <i>Collaboration</i>	Bentuk kerja sama atau tanggapan yang dilakukan oleh Applecoast	Applecoast selalu merespon dengan baik konsumennya	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	5 4 3 2 1	Ordinal

No.	Indikator	Alat Ukur	Instrument	Pilihan Jawaban	Skor	Skala
17.			Tanggapan Applecoast selalu mampu menjawab pertanyaan yang diajukan	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	5 4 3 2 1	Ordinal
18.			Applecoast mampu menanggapi komentar/keluh kesah konsumennya	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	5 4 3 2 1	Ordinal
19.	Penerapan <i>Connection</i>	Cara Applecoast Memelihara hubungan yang sudah terjalin sebelumnya dengan konsumen	Applecoast menampilkan review/(testimony) dari konsumen yang pernah melakukan pembelian	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	5 4 3 2 1	Ordinal
20.			Dengan adanya testimoninya pembelian membuat saya lebih percaya terhadap Applecoast	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	5 4 3 2 1	Ordinal
21.	Penerapan <i>Connection</i>	Cara Applecoast Memelihara hubungan yang sudah terjalin sebelumnya dengan konsumen	Applecoast selalu memberikan apresiasi yang baik	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju	5 4 3 2	Ordinal



No.	Indikator	Alat Ukur	Instrument	Pilihan Jawaban	Skor	Skala
			terhadap konsumennya	- Sangat Tidak Setuju	1	

No.	Indikator	Alat Ukur	Instrument	Pilihan Jawaban	Skor	Skala
22.			Applecoast meng apresiasi konsumennya dengan memberikan diskon	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	5 4 3 2 1	Ordinal
23.			Applecoast memberikan apresiasi yang baik terhadap konsumennya dengan me re-post foto konsumen yang menggunakan produk Applecoast	- Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju	5 4 3 2 1	Ordinal

Lampiran 4. Coding Sheet

No	Data Responden					Penerapan Media Sosial Marketing X													Skorotal									
	1	2	3	4	5	Conteks X1				Communication X2					Collaboration X3				Connection X4				X	X1	X2	X3	X4	
1	1	2	2	2	3	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	82	18	22	13	29
2	1	1	1	2	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	57	13	16	9	19
3	2	2	2	3	3	5	5	4	5	5	4	5	3	3	5	5	5	5	5	4	5	5	85	19	22	15	29	
4	1	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	2	4	4	3	5	2	64	16	18	12	18	
5	2	2	2	3	3	3	2	2	4	2	4	3	5	2	2	4	2	3	3	3	3	3	52	11	16	8	17	
6	1	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	54	12	15	9	18	
7	1	1	1	2	2	4	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	5	5	5	5	5	3	64	13	15	8	28	
8	1	3	3	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	4	4	4	2	4	4	74	20	25	8	21	
9	1	3	3	2	2	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	2	4	4	3	4	61	14	18	10	19	
10	2	2	2	2	3	2	4	3	4	2	4	2	4	4	4	4	2	5	5	4	5	3	65	13	16	10	26	
11	1	2	2	3	3	5	3	5	3	5	5	4	5	5	5	3	4	2	3	3	5	5	75	16	24	11	24	
12	1	2	2	2	2	3	3	3	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55	12	16	9	18	
13	1	2	2	3	2	4	4	5	4	4	4	5	1	4	4	4	4	4	3	4	3	4	69	17	18	12	22	
14	2	2	2	2	3	3	1	4	4	4	1	2	1	4	4	2	3	1	1	2	2	1	46	12	12	10	12	
15	2	4	3	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	4	3	3	81	20	25	12	24	
16	1	2	2	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	5	84	20	25	15	24	
17	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	56	13	15	9	19	
18	1	1	1	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	87	20	25	15	27	
19	2	3	3	2	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	56	12	16	11	17	
20	2	3	2	2	2	4	4	4	3	2	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	3	64	13	19	11	21	
21	1	3	3	2	3	4	5	4	5	4	5	5	3	5	5	3	5	5	4	5	3	5	80	18	22	13	27	
22	1	1	1	2	2	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	56	13	15	9	19	
23	1	3	3	2	2	5	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5	85	19	22	15	29	
24	2	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	3	3	4	68	16	18	12	22	
25	2	3	2	3	2	2	2	4	4	2	4	3	5	2	2	4	2	2	3	3	2	2	52	11	16	8	17	

No	Data Responden					Penerapan Media Sosial Marketing X													Skorotal										
						Conteks X1			Communication X2			Collaboration X3			Connection X4														
26	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	X	X1	X2	X3	X4	
26	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	55	12	15	9	19
27	1	1	1	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	5	3	3	4	2	58	13	17	8	20	
28	1	1	1	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	3	5	3	82	20	25	11	26	
29	1	4	4	1	1	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	2	3	4	3	3	2	4	4	61	14	18	9	20	
30	1	4	3	2	1	2	4	4	4	2	4	2	4	4	4	2	2	3	3	4	2	4	4	60	14	16	10	20	
31	2	4	3	3	1	4	5	4	5	5	5	3	5	5	5	3	3	5	2	2	5	5	77	18	22	13	24		
32	2	4	3	1	1	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	54	13	16	9	16		
33	1	1	1	2	2	5	5	4	5	2	4	5	3	3	2	2	5	2	5	5	2	5	71	19	19	9	24		
34	2	4	3	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	2	5	2	63	16	18	12	17		
35	1	1	1	3	2	3	2	2	4	2	4	3	5	2	2	4	2	3	3	3	3	3	52	11	16	8	17		
36	1	4	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	54	12	15	9	18		
37	2	4	3	2	1	4	3	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	5	5	5	5	3	64	13	15	8	28		
38	2	3	2	2	2	5	5	5	5	2	2	2	5	3	2	3	3	4	4	2	4	4	62	20	13	8	21		
39	1	4	3	3	1	4	4	2	4	4	1	2	1	2	4	4	4	2	4	4	3	4	53	14	10	10	19		
40	1	2	2	2	2	2	4	3	4	2	2	4	4	4	4	4	2	5	3	4	2	3	58	13	14	10	21		
41	2	4	4	1	1	5	3	5	3	5	1	5	5	5	3	3	3	4	2	3	5	4	70	16	21	11	22		
42	1	3	3	2	2	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55	12	16	9	18		
43	1	4	3	1	1	4	4	5	4	4	5	1	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	69	17	18	12	22		
44	1	2	2	2	2	3	1	4	4	1	2	1	4	4	2	2	3	1	1	2	2	1	46	12	12	10	12		
45	1	4	3	1	1	5	5	5	5	3	4	5	5	5	2	5	5	5	5	4	3	2	78	20	22	12	24		
46	1	4	3	2	1	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	4	4	3	3	5	3	79	20	20	15	24		
47	1	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	5	3	2	3	54	13	13	9	19		
48	1	3	3	2	1	5	5	5	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	79	20	17	15	27		
49	2	2	2	3	2	4	3	2	3	4	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	56	12	16	11	17		
50	2	4	3	2	1	2	4	4	3	2	2	4	2	2	4	4	3	3	4	4	4	4	57	13	12	11	21		
51	1	3	3	2	2	4	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5	3	5	4	5	3	5	80	18	22	13	27		
52	2	2	2	3	2	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	56	13	15	9	19		

No	Data Responden					Penerapan Media Sosial Marketing X													Skorotal									
						Conteks X1			Communication X2			Collaboration X3			Connection X4													
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	X	X1	X2	X3	X4
53	2	4	3	2	1	5	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	85	19	22	15	29
54	1	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	3	2	4	4	68	16	18	12	22
55	2	4	3	2	1	3	2	2	4	2	4	3	5	2	2	4	2	2	3	3	2	3	5	52	11	16	8	17
56	1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	55	12	15	9	19	
57	2	2	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	1	2	3	3	3	5	3	3	4	2	55	13	14	8	20
58	2	3	3	2	1	5	5	5	5	1	5	1	1	1	3	3	5	5	5	5	3	5	70	20	13	11	26	
59	2	2	2	3	2	4	4	2	4	4	1	4	4	4	4	2	3	4	3	3	2	4	60	14	17	9	20	
60	1	3	3	2	1	2	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	2	4	60	14	16	10	20	
61	1	2	2	3	3	5	5	2	4	2	5	5	5	5	5	3	3	3	2	3	3	5	70	16	22	11	21	
62	1	3	3	2	1	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	60	15	17	10	18	
63	1	2	2	3	2	4	2	4	2	3	4	3	2	2	4	5	5	5	5	5	5	5	70	12	14	14	30	
64	1	3	3	2	1	3	3	3	2	3	3	5	3	5	5	4	2	4	4	4	2	2	59	11	19	11	18	
65	1	2	2	3	2	3	3	3	2	4	3	3	2	4	3	4	3	4	2	4	2	3	54	11	16	10	17	
66	1	3	3	3	1	5	5	5	4	2	4	5	4	4	4	3	5	3	5	5	4	4	74	19	19	12	24	
67	1	2	2	3	2	4	4	4	3	3	1	4	4	4	1	3	3	3	4	4	3	2	58	15	16	7	20	
68	1	3	3	2	1	4	2	4	3	3	1	5	1	1	5	4	5	4	4	4	5	4	62	13	11	14	24	
69	1	2	2	2	2	3	5	5	4	4	5	1	5	5	5	1	4	4	4	1	2	2	64	17	20	10	17	
70	1	3	3	3	1	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	3	68	14	14	13	27	
71	1	2	2	3	2	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	87	17	25	15	30	
72	1	2	2	2	2	4	4	1	5	4	5	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	58	14	18	9	17	
73	1	2	2	3	2	5	5	5	4	4	4	4	3	2	4	5	5	5	5	5	5	4	78	19	17	14	28	
74	1	2	2	2	3	5	5	5	2	2	4	4	5	4	5	3	2	3	4	4	3	2	63	17	19	10	17	
75	1	3	3	2	2	3	3	1	3	3	1	4	3	3	3	4	1	3	2	2	4	3	50	10	14	8	18	
76	1	2	2	3	2	5	5	5	3	3	3	4	5	5	5	1	4	5	4	5	5	3	75	18	20	10	27	
77	1	2	2	2	3	3	1	3	5	5	5	1	1	4	4	3	4	3	1	1	4	3	54	12	16	11	15	
78	1	2	2	3	2	3	2	4	4	2	1	2	1	2	1	5	4	5	5	5	4	5	60	13	8	10	29	
79	1	4	4	2	1	5	4	5	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	18	15	9	18	

No	Data Responden					Penerapan Media Sosial Marketing X																		Skorotal					
						Conteks X1			Communication X2					Collaboration X3					Connection X4										
80	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	X	X1	X2	X3	X4	
	1	4	3	2	1	3	3	3	5	2	5	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
81	1	1	1	3	2	5	5	5	3	4	4	1	5	2	1	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
82	2	4	3	2	1	4	4	4	5	2	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	66	17	19	10	20
83	2	4	4	2	1	4	2	4	4	4	3	4	4	2	4	4	3	4	2	4	2	1	5	60	14	17	11	18	
84	1	4	4	1	1	3	3	3	2	2	4	3	5	4	5	3	3	3	5	5	4	4	4	67	11	18	13	25	
85	1	4	3	2	1	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	5	55	12	15	9	19		
86	1	3	2	2	2	5	5	5	3	3	3	4	5	5	4	5	4	4	4	5	3	3	75	18	20	14	23		
87	1	4	3	2	3	4	4	2	2	3	5	3	4	3	4	4	4	4	4	1	2	4	59	15	18	9	17		
88	1	4	3	1	2	4	2	2	5	3	3	4	2	4	4	2	2	3	3	2	2	5	60	16	15	8	21		
89	1	2	2	2	2	4	2	3	3	5	4	3	3	3	5	2	5	5	2	2	2	3	60	12	20	10	18		
90	1	2	2	3	3	3	3	5	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	56	13	17	9	17		
91	1	4	4	2	1	2	3	3	2	3	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	67	10	14	15	28		
92	1	3	2	3	2	2	3	4	4	3	2	3	4	5	4	2	3	3	4	4	3	2	58	13	17	9	19		
93	2	4	4	1	1	2	4	4	5	2	2	3	3	2	5	4	4	3	2	2	4	4	63	15	12	13	23		
94	1	2	2	2	2	3	3	3	4	5	5	3	2	3	5	3	3	5	4	3	3	3	65	13	20	11	21		
95	1	2	2	3	2	5	5	4	5	5	4	5	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2	73	19	22	12	20		
96	1	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	5	5	2	2	4	67	16	18	11	22		
97	1	2	2	3	2	3	2	2	4	2	4	3	5	2	2	2	2	2	3	3	2	5	50	11	16	6	17		
98	1	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	55	12	15	9	19		
99	1	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	56	13	17	8	18		
100	1	2	2	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	4	4	5	81	20	25	11	25		



	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8	X_9	X_10	X_11	X_12	X_13	X_14	X_15	X_16	X_17	X_18	ST	
Spearman's rho																				
X_1	Correlation Coefficient	1.000	.611**	.504**	.360**	.556**	.308**	.450**	.313**	.233*	.200*	-.030	.512**	.328**	.319**	.225*	.281**	.292**	.216*	.664**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.002	.020	.046	.768	.000	.001	.001	.024	.005	.003	.031	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X_2	Correlation Coefficient	.611**	1.000	.522**	.507**	.332**	.348**	.423**	.346**	.422**	.392**	.093	.483**	.386**	.351**	.403**	.222*	.267**	.347**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.355	.000	.000	.000	.000	.027	.007	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X_3	Correlation Coefficient	.504**	.522**	1.000	.260**	.352**	.119	.431**	.147	.271**	.315**	.135	.374**	.350**	.165	.240*	.365**	.105	.361**	.625**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.009	.000	.237	.000	.146	.006	.001	.180	.000	.000	.101	.016	.000	.297	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X_4	Correlation Coefficient	.360**	.507**	.260**	1.000	.368**	.417**	.307**	.176	.167	.207*	.223*	.274**	.241*	.084	.080	.128	.327**	.255*	.473**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.009	.	.000	.000	.002	.080	.096	.039	.026	.006	.016	.409	.429	.206	.001	.011	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X_5	Correlation Coefficient	.556**	.332**	.352**	.368**	1.000	.336**	.314**	.092	.210*	.192	.159	.468**	.357**	.046	.083	.107	.108	.207*	.470**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.	.001	.001	.360	.036	.055	.115	.000	.000	.647	.412	.290	.285	.039	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X_6	Correlation Coefficient	.308**	.348**	.119	.417**	.336**	1.000	.289**	.461**	.275**	.309**	.164	.131	.255*	.060	-.034	.125	.206*	.202*	.491**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.237	.000	.001	.	.003	.000	.006	.002	.104	.193	.011	.556	.739	.216	.040	.044	.000
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X_7	Correlation Coefficient	.450**	.423**	.431**	.307**	.314**	.289**	1.000	.099	.163	.251	.365**	.337**	.329**	.191	.283**	.240*	.190	.190	.570**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.001	.003	.	.326	.106	.012	.000	.001	.001	.057	.004	.016	.058	.059	.000
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X_8	Correlation Coefficient	.313**	.346**	.147	.176	.092	.461**	.099	1.000	.165	.083	-.087	.055	-.037	.177	.016	.077	.134	.028	.327**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.146	.080	.360	.000	.326	.	.101	.411	.389	.587	.718	.078	.872	.447	.185	.785	.001
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X_9	Correlation Coefficient	.233*	.422**	.271**	.167	.210*	.275**	.163	.165	1.000	.384**	.070	.087	.310**	-.066	.180	.105	.054	.228*	.437**
	Sig. (2-tailed)	.020	.000	.006	.096	.036	.006	.106	.101	.	.000	.491	.390	.002	.516	.072	.297	.592	.023	.000
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X_10	Correlation Coefficient	.200*	.392**	.315**	.207*	.192	.309**	.251*	.083	.384**	1.000	.277**	.284**	.276**	-.074	.198*	.278**	.071	.578**	.539**
	Sig. (2-tailed)	.046	.000	.001	.039	.055	.002	.012	.411	.000	.	.005	.004	.005	.466	.048	.005	.481	.000	.000
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X_11	Correlation Coefficient	-.030	.093	.135	.223*	.159	.164	.365**	-.087	.070	.277**	1.000	.212*	.395**	.025	.351**	.246*	-.029	.363**	.341**

	Sig. (2-tailed)	.768	.355	.180	.026	.115	.104	.000	.389	.491	.005	.	.034	.000	.807	.000	.014	.774	.000	.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X_12	Correlation Coefficient	.512**	.483**	.374**	.274**	.468**	.131	.387**	.055	.087	.284**	.212*	1.000	.362**	.473**	.465**	.397**	.248*	.255*	.630**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.006	.000	.193	.001	.587	.390	.004	.034	.	.000	.000	.000	.000	.013	.011	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X_13	Correlation Coefficient	.328**	.386**	.350**	.241*	.357**	.255*	.329**	-.037	.310**	.276**	.395**	.362**	1.000	.357**	.509**	.328**	.298**	.463**	.661**	
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.016	.000	.011	.001	.718	.002	.005	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.003	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X_14	Correlation Coefficient	.319**	.351**	.165	.084	.046	.060	.191	.177	-.066	-.074	.025	.473**	.357**	1.000	.457**	.172	.264**	-.006	.444**	
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.101	.409	.647	.556	.057	.078	.516	.466	.807	.000	.000	.	.000	.088	.008	.952	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X_15	Correlation Coefficient	.225*	.403**	.240*	.080	.083	-.034	.283**	.016	.180	.198*	.351**	.465**	.509**	.457**	1.000	.365**	.316**	.376**	.562**	
	Sig. (2-tailed)	.024	.000	.016	.429	.412	.739	.004	.872	.072	.048	.000	.000	.000	.000	.	.000	.001	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X_16	Correlation Coefficient	.281**	.222*	.365**	.128	.107	.125	.240*	.077	.105	.278**	.246*	.397**	.328**	.172	.365**	1.000	.210*	.257**	.501**	
	Sig. (2-tailed)	.005	.027	.000	.206	.290	.216	.016	.447	.297	.005	.014	.000	.001	.088	.000	.	.036	.010	.000	

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100				
X_17	Correlation Coefficient	.292**	.267**	.105	.327**	.108	.206*	.190	.134	.054	.071	-.029	.248*	.298**	.264**	.316**	.210*	1.000	.248*	.408**																						
	Sig. (2-tailed)	.003	.007	.297	.001	.285	.040	.058	.185	.592	.481	.774	.013	.003	.008	.001	.036	.	.013	.000																						
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X_18	Correlation Coefficient	.216*	.347**	.361**	.255*	.207*	.202*	.190	.028	.228*	.578**	.363**	.255*	.463**	-.006	.376**	.257**	.248*	1.000	.581**																						
	Sig. (2-tailed)	.031	.000	.000	.011	.039	.044	.059	.785	.023	.000	.000	.011	.000	.952	.000	.010	.013	.	.000																						
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ST	Correlation Coefficient	.664**	.765**	.625**	.473**	.470**	.491**	.570**	.327**	.437**	.539**	.341**	.630**	.661**	.444**	.562**	.501**	.408**	.581**	1.000																						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.																						
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.845	18