

LAMPIRAN - LAMPIRAN



# Dokumentasi Penelitian



Tampilan Akun @amenkgallery



## Dokumentasi Penelitian



## LEMBAR KUESIONER

Saya, Muhammad Wildan Al-Watsiq, mahasiswa Program Studi Manajemen Komunikasi Universitas Islam Bandung sedang melaksanakan kegiatan penelitian untuk Tugas Akhir yang berjudul "pengaruh toko offline terhadap kepercayaan pembeli online di media sosial instagram @amenkgallery". Untuk menjawab pertanyaan penelitian, saya membutuhkan sejumlah data yang diperoleh melalui kuesioner. Oleh karena itu, saya mengharap kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini. Jawaban dan data yang diberikan Bapak/Ibu menjadi rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Terima kasih atas kesediaan sdr/i, yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

### I. Petunjuk Pengisian

1. Sdr/i diharapkan dapat memberikan jawaban yang paling sesuai dengan persepsi terhadap penelitian ini.
2. Berikan tanda ceklis (√) atau cakra (X) pada kolom pertanyaan kuesioner yang sesuai dengan pilihan jawaban sdr/i. Adapun makna tanda tersebut adalah sebagai berikut:
  - a. SS = Sangat Setuju
  - b. S = Setuju
  - c. RR = Kurang Setuju
  - d. TS = Tidak Setuju
  - e. STS = Sangat Tidak Setuju

### II. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin
  - a. Laki – laki
  - b. Perempuan
2. Usia
  - a. < 30 Tahun
  - b. 31- 35 Tahun
  - c. 36 – 40 Tahun

- d. 41 – 45 Tahun
  - e. 45 – 50 Tahun
  - f. > 50 Tahun
3. Pendidikan Terakhir
- a. SMP
  - b. SMA
  - c. Diploma
  - d. Sarjana
  - e. Magister
  - f. Doktor
4. Pendapatan Perbulan
- a. < 2 Juta
  - b. 2.1 – 3 Juta
  - c. 3.1 – 4 Juta
  - d. 4.1 – 5 Juta
  - e. > 5 Juta

### III. Pertanyaan Identitas Responden Khusus

5. Apakah anda pengguna Instagram ?
- a. Ya
  - b. Tidak
6. Apakah Anda *followers* akun instagram @amenkgallery ?
- a. Ya
  - b. Tidak
7. Apakah Anda pernah melakukan pembelian di Amang Amenk gallery ?
- a. Ya, Pernah
  - b. Tidak Pernah
8. Berapa kali anda melakukan pembelian di Amang Amenk gallery ?
- a. 1-3 kali
  - b. > 3 kali.

\*Ket. Jika pertanyaan no 5, 6 "ya" dan no 7 "ya, pernah", maka dilanjutkan ke pertanyaan selanjutnya.

#### IV. Daftar Pertanyaan

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
<b>Toko Offline X</b>						
<b>A. Eksterior X1</b>						
1.	Logo toko Amang Amenk gallery terlihat sangat jelas.					
2.	Pintu masuk pada Amang Amenk gallery luas, sehingga memudahkan akses masuk.					
3.	Desain ruangan toko Amang Amenk gallery mampu meningkatkan daya tarik toko.					
<b>B. General Interior X2</b>						
4.	Pencahayaan ruangan toko Amang Amenk gallery meningkatkan daya tarik toko					
5.	Desain warna toko Amang Amenk gallery, membuat saya nyaman berada didalamnya..					
6.	Musik yang dimainkan di toko Amang Amenk gallery, membuat saya merasa nyaman berada didalamnya.					
7.	Aroma ruangan toko Amang Amenk gallery harum.					
<b>C. Store Layout X3</b>						
8.	Pemasangan tanda petunjuk di Amang Amenk gallery mempermudah saya dalam mencari lokasi tempat dan produk yang saya inginkan.					
9.	Adanya ruangan untuk berinteraksi antara karyawan dan pembeli di Amang Amenk gallery.					
10.	Adanya ruangan tunggu atau tempat bersantai yang disediakan Amang Amenk gallery.					
11.	Adanya penataan khusus untuk produk-produk terbaru Amang Amenk gallery.					
<b>D. Interior Display X4</b>						
12.	Sangat mudah menjangkau produk-produk yang dibutuhkan di Amang Amenk gallery					

13.	Jarak antara display produk-produk, memudahkan pembeli untuk mendapatkannya.					
14.	Penataan display di Amang Amenk gallery sangat menarik.					
<b>Kepercayaan Y</b>						
1.	Saya percaya bahwa Pemilik Amang Amenk gallery dan karyawannya, mampu memberikan pelayanan dan perilaku yang baik kepada para pembeli.					
2.	Saya merasa bahwa Pemilik Amang Amenk gallery dan karyawannya memiliki itikad baik, mengutamakan kejujuran saat layanan bertansaksi dengan pembeli.					
3.	Dengan akun instagram dan adanya toko, Amang Amenk gallery mampu memberikan keyakinan serta kepercayaan mengenai produknya kepada para pembeli.					
4.	Amang Amenk gallery mampu memberikan kepuasan kepada para pembeli dengan adanya produk-produk yang berkualitas dan sesuai dengan promosinya.					
5.	Adanya rasa aman dan kemudahan yang diberikan oleh Amang Amenk gallery saat pembeli melakukan transaksi pembelian.					
6.	Harga Produk yang dijual pada Amang Amenk gallery, sesuai dengan keterangan diinstagram dan di toko.					
7.	Saya merasa bahwa Amang Amenk gallery, mampu memberikan jaminan atas transaksi barang yang telah disepakati bersama.					
8.	Adanya ketergantungan dari para pembeli terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh Amang Amenk gallery.					
9.	Kesediaan dari para pembeli untuk menunggu bila, terjadi kesalahan dalam transaksi pembelian, baik di					

	akun instargram maupun toko Amang Amenk gallery.					
--	---	--	--	--	--	--





# OUTPUT SPSS

## Validitas dan Realibilitas X

Correlations

	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	ST
X.1 Pearson Correlation	1	.412**	.166	.253*	.164	.147	.197*	.147	.246*	.087	.108	.308**	.241*	.131	.503**
Sig. (2-tailed)		.000	.099	.011	.103	.144	.050	.146	.014	.389	.284	.002	.016	.195	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.2 Pearson Correlation	.412**	1	.132	.031	.115	.368**	.168	-.124	.078	.017	-.154	.222*	.023	.337**	.331**
Sig. (2-tailed)	.000		.190	.759	.256	.000	.094	.219	.441	.867	.125	.027	.820	.001	.001
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.3 Pearson Correlation	.166	.132	1	.708**	.993**	.252*	.199*	.148	.059	.014	.127	.330**	.720**	.260**	.740**
Sig. (2-tailed)	.099	.190		.000	.000	.012	.047	.142	.561	.890	.206	.001	.000	.009	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.4 Pearson Correlation	.253*	.031	.708**	1	.702**	.083	.235*	.134	-.048	.015	.132	.299**	.992**	.038	.674**
Sig. (2-tailed)	.011	.759	.000		.000	.410	.019	.185	.633	.885	.189	.002	.000	.710	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.5 Pearson Correlation	.164	.115	.993**	.702**	1	.257**	.187	.175	.092	.007	.134	.326**	.713**	.265**	.744**
Sig. (2-tailed)	.103	.256	.000	.000		.010	.063	.081	.364	.945	.184	.001	.000	.008	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.6 Pearson Correlation	.147	.368**	.252*	.083	.257**	1	.154	-.041	.114	.022	-.007	.368**	.080	.895**	.450**
Sig. (2-tailed)	.144	.000	.012	.410	.010		.125	.689	.260	.828	.942	.000	.429	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.7 Pearson Correlation	.197*	.168	.199*	.235*	.187	.154	1	-.095	-.054	.397**	.007	.255*	.227*	.135	.388**
Sig. (2-tailed)															
N															

	Sig. (2-tailed)	.050	.094	.047	.019	.063	.125		.346	.592	.000	.944	.010	.023	.179	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.8	Pearson Correlation	.147	-.124	.148	.134	.175	-.041	-.095	1	.419**	.081	.860**	.079	.134	-.011	.440**
	Sig. (2-tailed)	.146	.219	.142	.185	.081	.689	.346		.000	.423	.000	.432	.184	.911	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.9	Pearson Correlation	.246*	.078	.059	-.048	.092	.114	-.054	.419**	1	.168	.352**	.108	-.066	.088	.364**
	Sig. (2-tailed)	.014	.441	.561	.633	.364	.260	.592	.000		.096	.000	.283	.514	.382	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.10	Pearson Correlation	.087	-.017	.014	.015	.007	.022	.397**	.081	.168	1	.110	.222*	.015	.067	.316**
	Sig. (2-tailed)	.389	.867	.890	.885	.945	.828	.000	.423	.096		.277	.026	.883	.510	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.11	Pearson Correlation	.108	-.154	.127	.132	.134	-.007	.007	.860**	.352**	.110	1	.110	.143	-.001	.435**
	Sig. (2-tailed)	.284	.125	.206	.189	.184	.942	.944	.000	.000	.277		.275	.157	.988	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.12	Pearson Correlation	.308**	.222*	.330**	.299**	.326**	.368**	.255*	.079	.108	.222*	.110	1	.312**	.407**	.595**
	Sig. (2-tailed)	.002	.027	.001	.002	.001	.000	.010	.432	.283	.026	.275		.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.13	Pearson Correlation	.241*	.023	.720**	.992**	.713**	.080	.227*	.134	-.066	.015	.143	.312**	1	.067	.678**
	Sig. (2-tailed)	.016	.820	.000	.000	.000	.429	.023	.184	.514	.883	.157	.002		.505	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X.14	Pearson Correlation	.131	.337**	.260**	.038	.265**	.895**	.135	-.011	.088	.067	-.001	.407**	.067	1	.451**
	Sig. (2-tailed)	.195	.001	.009	.710	.008	.000	.179	.911	.382	.510	.988	.000	.505		.000

N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ST Pearson Correlation	.503**	.331**	.740**	.674**	.744**	.450**	.388**	.440**	.364**	.316**	.435**	.595**	.678**	.451**	1	
Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000		
N	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
.782	14

#### Validitas dan Realibilitas Y

#### Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	ST
Y.1 Pearson Correlation	1	.630**	.434**	.568**	.916**	.650**	.434**	.568**	.940**	.872**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.2 Pearson Correlation	.630**	1	.536**	.487**	.567**	.964**	.536**	.487**	.567**	.817**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.3 Pearson Correlation	.434**	.536**	1	.337**	.425**	.575**	1.000**	.337**	.434**	.702**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000	.000	.001	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.4 Pearson Correlation	.568**	.487**	.337**	1	.501**	.474**	.337**	1.000**	.511**	.745**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.000	.001	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.5 Pearson Correlation	.916**	.567**	.425**	.501**	1	.572**	.425**	.501**	.927**	.827**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.6 Pearson Correlation	.650**	.964**	.575**	.474**	.572**	1	.575**	.474**	.588**	.830**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000

N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.7 Pearson Correlation	.434**	.536**	1.000**	.337**	.425**	.575**	1	.337**	.434**	.702**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000		.001	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.8 Pearson Correlation	.568**	.487**	.337**	1.000**	.501**	.474**	.337**	1	.511**	.745**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.001		.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.9 Pearson Correlation	.940**	.567**	.434**	.511**	.927**	.588**	.434**	.511**	1	.839**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ST Pearson Correlation	.872**	.817**	.702**	.745**	.827**	.830**	.702**	.745**	.839**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.923	9

#### Asumsi Klasik

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a, b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.90824978
Most Extreme Differences	Absolute	.103
	Positive	.082
	Negative	-.103
Kolmogorov-Smirnov Z		1.031
Asymp. Sig. (2-tailed)		.239

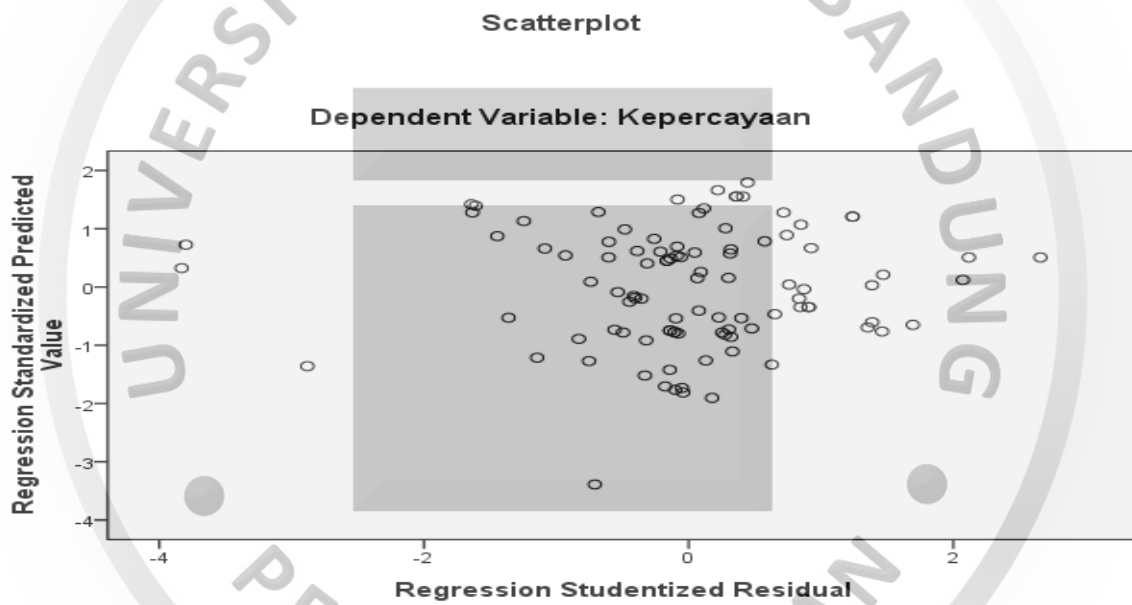
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

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

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Eksterior	.919	1.089
	General Interior	.519	1.925
	Store Layout	.742	1.348
	Interior Display	.435	2.301

a. Dependent Variable: Kepercayaan



### Hasil Regresi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 <sup>a</sup>	.632	.617	3.98968

a. Predictors: (Constant), Interior Display, Eksterior, Store Layout, General Interior

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2600.755	4	650.189	40.847	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1512.167	95	15.918		
	Total	4112.922	99			

a. Predictors: (Constant), Interior Display, Eksterior, Store Layout, General Interior

b. Dependent Variable: Kepercayaan

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.246	2.785		-.807	.422
	Eksterior	2.154	.263	.532	8.194	.000
	General Interior	.813	.188	.374	4.329	.000
	Store Layout	.423	.205	.149	2.061	.042
	Interior Display	.143	.313	.043	.457	.649

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	
1	(Constant)	-2.246	2.785		-.807	.422			
	Eksterior	2.154	.263	.532	8.194	.000	.661	.644	.510
	General Interior	.813	.188	.374	4.329	.000	.562	.406	.269
	Store Layout	.423	.205	.149	2.061	.042	.338	.207	.128
	Interior Display	.143	.313	.043	.457	.649	.472	.047	.028

a. Dependent Variable: Kepercayaan

## Daftar Riwayat Hidup Penulis

### Data Pribadi

Nama : Muhammad Wildan Al Watsiq  
Tempat/ Tanggal Lahir : Bandung, 7 Oktober 1991  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Cigadung Pesantren RT/RW 04/06 Bandung.  
Nomer Telepon : 082119078635  
Email : inc82clothing@gmail.com  
Riwayat Pendidikan : SDN Cigadung II  
SMPN 19 Bandung  
PM Darussalam Gontor

