

LA M P I R A N

KUESIONER PENELITIAN

”PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN KELAS SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF (STUDI KASUS PADA KARYAWAN PRODUKSI PT. MOYA KASRI WIRA JATIM PANDAAN)”

Petunjuk Pengisian

1. Mohon isi identitas diri secara lengkap pada lembar yang telah disediakan.
2. Mohon pahami pertanyaan atau pernyataan dengan baik.

Setiap pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner memiliki 5 pilihan jawaban, yaitu:

- a. SS : Sangat Setuju/ Sangat Tahu
 - b. S : Setuju/ Tahu
 - c. N : Netral / Netral
 - d. TS : Tidak Setuju / Tidak Tahu
 - e. STS : Sangat Tidak Setuju / Sangat Tidak Tahu
3. Jawablah setiap pertanyaan/pernyataan dengan memberikan tanda *ceklist* (√) pada pilihan jawaban yang sesuai dengan diri anda masing-masing pada lembar jawaban yang telah disediakan.
 4. Jawaban dari setiap pertanyaan atau pernyataan tidak ada jawaban salah atau tidak benar karena mewakili diri anda masing-masing individu.

Identitas Karyawan

Nama :
Usia :
Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan
Lama Bekerja :
Status : a. Sudah Menikah / Belum Menikah
Penghasilan/bln : a. <3jt b. 3jt-3,5jt c. 3,5jt-4jt d. >4jt

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
X1	Media Sosial Instagram					
	PERHATIAN					
1	Saya merasa tertarik menggunakan <i>Instagram</i> karena banyak iklan produk yang ditawarkan.					
2	Saya menggunakan <i>instagram</i> karena memiliki fitur lebih banyak dibanding media sosial lainnya					
3	Saya sangat familiar dengan <i>instagaram</i> karena saya sering berbelanja melalui media sosial <i>instagram</i> .					
	PENGHAYATAN					
4	Saya mendapat manfaat dari menggunakan <i>instagram</i>					
5	Saya merasa mudah dalam berbelanja online dengan menggunakan <i>instagram</i>					

6	Saya merasa kesulitan menggunakan <i>instagaram</i> karena memiliki banyak fitur.					
	DURASI					
7	Saya menyempatkan waktu untuk menggunakan <i>instagram</i> .					
8	Dalam sehari saya menghabiskan waktu lebih dari 1 jam ketika mengakses <i>instagram</i>					
	FREKUENSI					
9	Saya menggunakan <i>instagram</i> setiap hari.					
10	Saya menggunakan <i>instagram</i> biasanya 3 kali dalam seminggu.					
X2	Kelas Sosial					
	PEKERJAAN					
11	Saya membeli barang/produk bermerk karena tuntutan dalam bekerja					
12	Saya selalu memakai barang/produk bermerk agar terlihat menarik saat bekerja.					
	PENDAPATAN					
13	Tanpa banyak pertimbangan saya akan membeli barang yang sedang saya inginkan meski mahal.					
14	Tingkat pendapatan memiliki pengaruh terhadap barang-barang yang saya beli					
	KEKAYAAN					
15	Saya merasa bahagia bila saya bisa membeli barang/produk yang saya butuhkan melalui <i>instagram</i>					
16	Kekayaan yang saya miliki berpengaruh terhadap keputusan saya dalam memilih barang-barang yang saya inginkan.					
Y	Perilaku Konsumtif					
	IMPULSIVE BUYING (pembelian yang bersifat berlebihan)					
17	Saya akan segera membeli barang/produk yang ditawarkan oleh teman saya.					
18	Saya tidak memikirkan terlebih dahulu pada saat membeli barang/produk.					
	NON RASIONAL BUYING (mencari kepuasan yang harus segera dipenuhi / kepuasan semu)					
19	Walaupun tertarik, saya tidak langsung memutuskan membeli suatu barang.					
20	Walaupun sudah banyak barang yang dimiliki, saya tetap akan membeli barang terbaru sebagai koleksi.					
	WATELFULL BUYING (membeli barang yang tidak diperlukan)					
21	Jika melihat teman lain memiliki barang baru saya segera membeli walau belum dibutuhkan.					
22	Saya sering membeli barang/produk yang saya sukai					

Sumber: Data diolah, 2019

UJI FREKUENSI

MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (XI)

Frequency Table

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	3.8	3.8	3.8
	N	31	29.8	29.8	33.7
	S	42	40.4	40.4	74.0
	SS	27	26.0	26.0	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	2.9	2.9	2.9
	N	26	25.0	25.0	27.9
	S	50	48.1	48.1	76.0
	SS	25	24.0	24.0	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	2.9	2.9	2.9
	N	29	27.9	27.9	30.8
	S	37	35.6	35.6	66.3
	SS	35	33.7	33.7	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

X1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	5.8	5.8	5.8
	N	24	23.1	23.1	28.8
	S	48	46.2	46.2	75.0
	SS	26	25.0	25.0	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

X1.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	5.8	5.8	5.8
	N	27	26.0	26.0	31.7
	S	46	44.2	44.2	76.0
	SS	25	24.0	24.0	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

X1.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	6.7	6.7	6.7
	N	33	31.7	31.7	38.5
	S	46	44.2	44.2	82.7
	SS	18	17.3	17.3	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

X1.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	5.8	5.8	5.8
	N	40	38.5	38.5	44.2
	S	43	41.3	41.3	85.6
	SS	15	14.4	14.4	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

X1.8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	4.8	4.8	4.8
	N	38	36.5	36.5	41.3
	S	43	41.3	41.3	82.7
	SS	18	17.3	17.3	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

X1.9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	11	10.6	10.6	10.6
	N	26	25.0	25.0	35.6
	S	56	53.8	53.8	89.4
	SS	11	10.6	10.6	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

X1.10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	10	9.6	9.6	9.6
	N	21	20.2	20.2	29.8
	S	57	54.8	54.8	84.6
	SS	16	15.4	15.4	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

Statistics												
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
N	Valid	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.88	3.93	4.00	3.90	3.87	3.72	3.64	3.71	3.64	3.76	38.07

KELAS SOSIAL (X2)

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	5.8	5.8	5.8
	N	17	16.3	16.3	22.1
	S	57	54.8	54.8	76.9
	SS	24	23.1	23.1	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	6.7	6.7	6.7
	N	18	17.3	17.3	24.0
	S	43	41.3	41.3	65.4
	SS	36	34.6	34.6	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	4.8	4.8	4.8
	N	17	16.3	16.3	21.2
	S	48	46.2	46.2	67.3
	SS	34	32.7	32.7	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

X2.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	3.8	3.8	3.8
	N	21	20.2	20.2	24.0
	S	41	39.4	39.4	63.5
	SS	38	36.5	36.5	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

X2.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	3.8	3.8	3.8
	N	21	20.2	20.2	24.0
	S	44	42.3	42.3	66.3
	SS	35	33.7	33.7	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

X2.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	5.8	5.8	5.8
	N	17	16.3	16.3	22.1
	S	43	41.3	41.3	63.5
	SS	38	36.5	36.5	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

Statistics								
		X2.1	X2.2	X1.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
N	Valid	104	104	104	104	104	104	104
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.95	4.04	4.07	4.09	4.06	4.09	24.29

PERILAKU KONSUMTIF (Y)

Y1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	5.8	5.8	5.8
	N	36	34.6	34.6	40.4
	S	41	39.4	39.4	79.8
	SS	21	20.2	20.2	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

Y1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	4.8	4.8	4.8
	3	34	32.7	32.7	37.5
	4	45	43.3	43.3	80.8
	5	20	19.2	19.2	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

Y1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	4.8	4.8	4.8
	3	34	32.7	32.7	37.5
	4	45	43.3	43.3	80.8
	5	20	19.2	19.2	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

Y1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	11	10.6	10.6	10.6
	3	34	32.7	32.7	43.3
	4	35	33.7	33.7	76.9
	5	24	23.1	23.1	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

Y1.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	7.7	7.7	7.7
	3	32	30.8	30.8	38.5
	4	38	36.5	36.5	75.0
	5	26	25.0	25.0	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

Y1.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	12	11.5	11.5	11.5
	3	33	31.7	31.7	43.3
	4	35	33.7	33.7	76.9
	5	24	23.1	23.1	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

Statistics								
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y
N	Valid	104	104	104	104	104	104	104
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.74	3.77	3.77	3.69	3.79	3.68	22.44

UJI REABILITAS

MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (X1)

Reliability Statistics		
	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha	.875	10

KELAS SOSIAL (X2)

Reliability Statistics		
	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha	.875	10

X1.7	Pearson Correlation	.300*	.164	.382*	.338*	.272*	.581*	1	.546*	.581*	.514*	.679*
	Sig. (2-tailed)	.002	.097	.000	.000	.005	.000		.000	.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X1.8	Pearson Correlation	.165	.169	.321*	.158	.183	.617*	.546*	1	.523*	.561*	.615*
	Sig. (2-tailed)	.094	.086	.001	.108	.062	.000	.000		.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X1.9	Pearson Correlation	.253*	.207*	.334*	.219*	.226*	.601*	.581*	.523*	1	.564*	.654*
	Sig. (2-tailed)	.010	.035	.001	.025	.021	.000	.000	.000		.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X1.10	Pearson Correlation	.252*	.275*	.354*	.286*	.229*	.606*	.514*	.561*	.564*	1	.675*
	Sig. (2-tailed)	.010	.005	.000	.003	.019	.000	.000	.000	.000		.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X1	Pearson Correlation	.702*	.664*	.759*	.720*	.716*	.672*	.679*	.615*	.654*	.675*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104

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

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

KELAS SOSIAL (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.593**	.567**	.684**	.709**	.638**	.820**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104
X2.2	Pearson Correlation	.593**	1	.628**	.688**	.676**	.733**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104
X2.3	Pearson Correlation	.567**	.628**	1	.641**	.627**	.678**	.815**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104
X2.4	Pearson Correlation	.684**	.688**	.641**	1	.720**	.725**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104
X2.5	Pearson Correlation	.709**	.676**	.627**	.720**	1	.594**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104
X2.6	Pearson Correlation	.638**	.733**	.678**	.725**	.594**	1	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	104	104	104	104	104	104	104
X2	Pearson Correlation	.820**	.855**	.815**	.878**	.850**	.863**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	104	104	104	104	104	104	104

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

PERILAKU KONSUMTIF (Y)

		Correlations						
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1
Y1.1	Pearson Correlation	1	.601**	.601**	.687**	.645**	.699**	.803**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104
Y1.2	Pearson Correlation	.601**	1	1.000**	.662**	.627**	.676**	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104
Y1.3	Pearson Correlation	.601**	1.000**	1	.662**	.627**	.676**	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104
Y1.4	Pearson Correlation	.687**	.662**	.662**	1	.837**	.995**	.930**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104
Y1.5	Pearson Correlation	.645**	.627**	.627**	.837**	1	.835**	.875**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104
Y1.6	Pearson Correlation	.699**	.676**	.676**	.995**	.835**	1	.936**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	104	104	104	104	104	104	104
Y1	Pearson Correlation	.803**	.857**	.857**	.930**	.875**	.936**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	104	104	104	104	104	104	104

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

UJI NORMALITAS

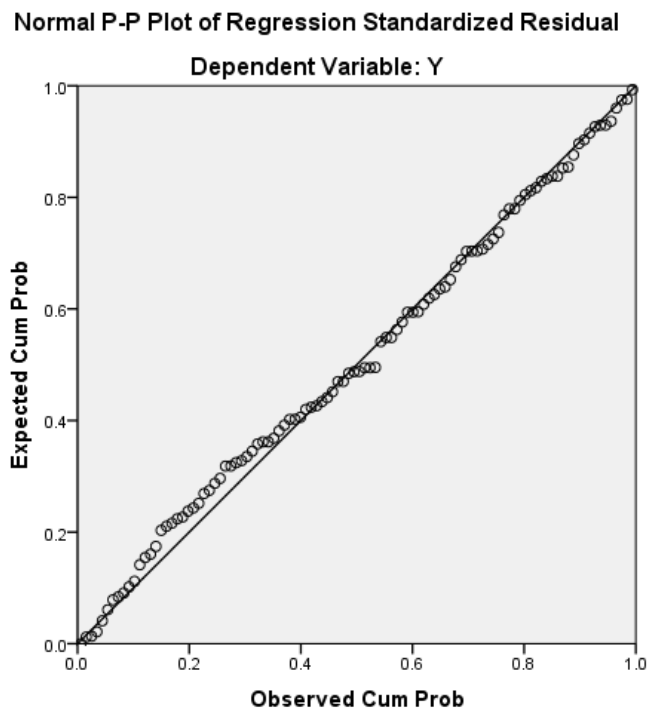
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		104
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.24014032
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.043
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.763	2.266		-.337	.737		
	X1	.441	.074	.536	5.958	.000	.593	1.686

	X2	.265	.098	.244	2.716	.008	.593	1.686
a. Dependent Variable: Y								

UJI HETEROSKEDASTISITAS



UJI ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.763	2.266		-.337	.737
	INSTAGRAM	.441	.074	.536	5.958	.000
	KELAS SOSIAL	.265	.098	.244	2.716	.008

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

UJI t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.763	2.266		-.337	.737
	INSTAGRAM	.441	.074	.536	5.958	.000
	KELAS SOSIAL	.265	.098	.244	2.716	.008

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

UJI F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1146.307	2	573.154	53.534	.000 ^b
	Residual	1081.346	101	10.706		
	Total	2227.654	103			

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

b. Predictors: (Constant), KELAS SOSIAL, INSTAGRAM

KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.717 ^a	.515	.505	3.27206

a. Predictors: (Constant), KELAS SOSIAL, INSTAGRAM