

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

(Angket Uji Coba Instrumen)

ANGKET UJI COBA INSTRUMEN PENELITIAN

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir skripsi, berikut adalah daftar pernyataan tentang penelitian yang berjudul “Tanggapan Konsumen terhadap Iklan di Media Sosial Cafe G27 Pabelan Magelang” saya memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi angket ini dengan menjawab pernyataan yang sesuai dengan kondisi Saudara/i rasakan. Atas perhatian Saudara/i dalam pengisian angket ini, saya ucapkan terimakasih.

KUESIONER

Umur :

☐ 19-21 tahun ☐ 23-24 tahun ☐ 27-30 tahun
☐ <31 tahun

Pekerjaan :

☐ Pelajar/mahasiswa ☐ karyawan ☐ PNS ☐ Lain-lain

Frekuensi Kedatangan :.....dalam sebulan

☐ 1x ☐ 2x ☐ 3x ☐ <4x

IKLAN MEDIA SOSIAL

Petunjuk pengisian pilihlah salah satu jawaban yang mewakili anda berilah tanda silang (x) pada salah satu jawaban dari pertanyaan dibawah ini

No.	Iklan di media sosial mampu mengundang keinginan anda untuk datang ke Cafe G27 dilihat dari:	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
1.	Kata/kalimat yang dibuat owner dalam mengupload status/story menarik.				
2.	Desain visual yang diupload oleh owner warnanya selaras.				
3.	Caption yang dibuat owner dalam mengupload foto menarik.				
4.	Konsistensi frekuensi owner dalam mengupload foto di media sosial 1 kali dalam 1 minggu.				
5.	Konten artistik yang dibuat owner dalam mengupload foto kreatif dan menarik.				
6.	Konsistensi like setiap postingan foto sebanyak 30 like.				
7.	Komentar pelanggan disetiap postingan foto bersifat positif.				
8.	Caption yang dibuat owner dalam mengupload video menarik.				
9.	Frekuensi owner dalam mengupload video 1 kali dalam seminggu.				
10.	Konten artistik yang dibuat owner dalam mengupload video menarik.				
11.	Konsistensi durasi video sekitar 10 detik.				

12.	Konsistensi like yang didapat disetiap postingan video sebanyak 30 like.				
13.	Komentar positif yang ada disetiap postingan video.				

No.	Produk, fasilitas dan suasana yang disajikan Cafe G27 sesuai dengan iklan di media sosial dilihat dari :	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
14.	Plating menu makanan menarik.				
15.	Plating menu minuman menarik.				
16.	Produk makanan yang disajikan dengan iklan di media sosial sesuai.				
17.	Produk minuman yang disajikan dengan iklan di media sosial sesuai.				
18.	Suasana yang diciptakan nyaman.				
19.	Penataan tempat ruang cafe rapi.				
20.	Ornamen bangunan yang selaras.				
21.	Fasilitas wifi lancar.				
22.	Fasilitas kolam renang anak yang aman.				
23.	Fasilitas mushola yang bersih.				
24.	Fasilitas toilet yang bersih.				
25.	Fasilitas parkir memadai.				

5

KUESIONER

Umur :

☐ 19-21 tahun ☒ 23-24 tahun ☐ 27-30 tahun ☐ <31 tahun

Pekerjaan :

☒ Pelajar/mahasiswa ☐ karyawan ☐ PNS ☐ Lain-lain

Frekuensi Kedatangan :.....dalam sebulan

☐ 1x ☒ 2x ☐ 3x ☐ <4x

IKLAN MEDIA SOSIAL

Petunjuk pengisian pilihlah salah satu jawaban yang mewakili anda berilah tanda silang (x) pada salah satu jawaban dari pertanyaan dibawah ini

No.	Iklan di media sosial mampu mengundang keinginan anda untuk datang ke Cafe G27 dilihat dari:	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
1.	Kata/kalimat yang dibuat owner dalam mengupload status/story menarik.	☒			
2.	Desain visual yang diupload oleh owner warnanya selaras.		☒		
3.	Caption yang dibuat owner dalam mengupload foto menarik.		☒		
4.	Konsistensi frekuensi owner dalam mengupload foto di media sosial 1 kali dalam 1 minggu.		☒		
5.	Konten artistik yang dibuat owner dalam mengupload foto kreatif dan menarik.		☒		
6.	Konsistensi like setiap postingan foto sebanyak 30 like.	☒			
7.	Komentar pelanggan disetiap postingan foto bersifat positif.		☒		
8.	Caption yang dibuat owner dalam mengupload video menarik.		☒		
9.	Frekuensi owner dalam mengupload video 1 kali dalam seminggu.		☒		

10.	Konten artistik yang dibuat owner dalam mengupload video menarik.		X		
11.	Konsistensi durasi video sekitar 10 detik.		X		
12.	Konsistensi like yang didapat disetiap postingan video sebanyak 30 like.		X		
13.	Komentar positif yang ada disetiap postingan video.		X		

No.	Produk, fasilitas dan suasana yang disajikan Cafe G27 sesuai dengan iklan dimedia sosial dilihat dari :	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
14.	Plating menu makanan menarik.		X		
15.	Plating menu minuman menarik.		X		
16.	Produk makanan yang disajikan dengan iklan di media sosial sesuai.		X		
17.	Produk minuman yang disajikan dengan iklan di media sosial sesuai.	X			
18.	Suasana yang diciptakan nyaman.	X	X		
19.	Penataan tempat ruang cafe rapi.		X		
20.	Ornamen bangunan yang selaras.		X		
21.	Fasilitas wifi lancar.		X		
22.	Fasilitas kolam renang anak yang aman.			X	
23.	Fasilitas mushola yang bersih.		X		
24.	Fasilitas toilet yang bersih.			X	
25.	Fasilitas parkir memadai.		X		

LAMPIRAN 2

(Data Uji Coba Instrumen)

DATA UJI COBA INSTRUMEN

IKLAN MEDIA SOSIAL

No	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10	Item11	Item12	Item13	Total
1	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	4	4	37
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3	36
3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	46
4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	42
5	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	42
6	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	44
7	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	44
8	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	45
9	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	43
10	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	46
11	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	43
12	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	40
13	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	42
14	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	42
15	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	39
16	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	32
17	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	37
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
19	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	33
20	3	4	3	3	4	1	3	4	3	3	4	1	3	39
21	3	3	4	2	4	3	3	4	2	3	2	3	3	39
22	3	3	3	1	3	2	3	3	1	3	2	2	1	30
23	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	35
24	4	4	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	35
25	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	37
26	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	2	2	3	43
27	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	46
28	3	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4	41
29	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	34
30	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	48
	99	96	97	86	99	89	95	94	87	94	82	86	95	1199

TANGGAPAN KONSUMEN

Item14	Item15	Item16	Item17	Item18	Item19	Item20	Item21	Item22	Item23	Item24	Item25	Total
4	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	31
3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	34
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	2	3	44
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	39
3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	38
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	40
3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	3	2	33
3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	33
3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	34
2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	32
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	4	34
3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	39
4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	42
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	35
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	41
3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	40
3	3	3	4	4	4	3	3	2	4	4	3	40
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	39
4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	45
96	95	95	95	96	90	94	87	88	92	90	97	1115

LAMPIRAN 3

(Uji Coba Instrumen)

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.823	13

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	36.67	19.195	.397	.816
Item2	36.77	18.668	.437	.813
Item3	36.73	19.720	.377	.818
Item4	37.10	18.369	.479	.810
Item5	36.67	19.057	.371	.818
Item6	37.00	16.966	.602	.799
Item7	36.80	17.269	.679	.794
Item8	36.83	18.557	.395	.817
Item9	37.07	17.926	.532	.806
Item10	36.83	19.937	.417	.817
Item11	37.23	19.151	.363	.819
Item12	37.10	17.679	.469	.812
Item13	36.80	17.407	.542	.805

Correlations

		X2.14	X2.15	X2.16	X2.17	X2.18	X2.19	X2.20	X2.21	X2.22	X2.23	X2.24	X2.25	Total X2
X2.14	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	1 30	,838** 30	,145 30	,196 30	,136 30	,569** 30	,344 30	,478** 30	,335 30	,526** 30	,285 30	,241 30	,678* 30
X2.15	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,838** 30	1 30	,319 30	,196 30	,000 30	,427* 30	,344 30	,341 30	,191 30	,383* 30	,285 30	,110 30	,579* 30
X2.16	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,145 30	,319 30	1 30	,169 30	,233 30	,000 30	,169 30	,249 30	,380* 30	-,072 30	,153 30	,193 30	,379* 30
X2.17	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,196 30	,196 30	,169 30	1 30	,395* 30	,518** 30	,330 30	,174 30	-,096 30	,357 30	,259 30	,008 30	,475* 30
X2.18	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,136 30	,000 30	,233 30	,395* 30	1 30	,477** 30	,271 30	,297 30	,048 30	,312 30	,358 30	,397* 30	,548* 30

X2.19	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,569** ,001 30	,427* ,019 30	,000 1,000 30	,518** ,003 30	,477** ,008 30	1 30	,518** ,003 30	,479** ,007 30	,252 ,179 30	,756** ,000 30	,500** ,005 30	,231 ,219 30	,784* ,000 30
X2.20	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,344 ,063 30	,344 ,063 30	,169 ,373 30	,330 ,075 30	,271 ,147 30	,518** ,003 30	1 30	,546** ,002 30	,426* ,019 30	,618** ,000 30	,518** ,003 30	,486** ,006 30	,763* ,000 30
X2.21	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,478** ,008 30	,341 ,065 30	,249 ,185 30	,174 ,359 30	,297 ,111 30	,479** ,007 30	,546** ,002 30	1 30	,459* ,011 30	,387* ,035 30	,240 ,202 30	,188 ,319 30	,660* ,000 30
X2.22	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,335 ,070 30	,191 ,311 30	,380* ,039 30	-,096 ,615 30	,048 ,801 30	,252 ,179 30	,426* ,019 30	,459* ,011 30	1 30	,398* ,029 30	,252 ,179 30	,404* ,027 30	,550* ,002 30
X2.23	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,526** ,003 30	,383* ,037 30	-,072 ,706 30	,357 ,053 30	,312 ,093 30	,756** ,000 30	,618** ,000 30	,387* ,035 30	,398* ,029 30	1 30	,504** ,004 30	,412* ,024 30	,767* ,000 30
X2.24	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,285 ,127 30	,285 ,127 30	,153 ,421 30	,259 ,167 30	,358 ,052 30	,500** ,005 30	,518** ,003 30	,240 ,202 30	,252 ,179 30	,504** ,004 30	1 30	,231 ,219 30	,627* ,000 30
X2.25	Pearson Correlation	,241	,110	,193	,008	,397*	,231	,486**	,188	,404*	,412*	,231	1	,545*

	Sig. (2-tailed)	,199	,564	,307	,967	,030	,219	,006	,319	,027	,024	,219		,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_X2	Pearson Correlation	,678**	,579**	,379*	,475**	,548**	,784**	,763**	,660**	,550**	,767**	,627**	,545**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,039	,008	,002	,000	,000	,000	,002	,000	,000	,002	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,849	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.14	34,00	12,069	,603	,833
X2.15	34,00	12,414	,488	,840
X2.16	33,93	13,168	,275	,853
X2.17	34,03	12,654	,360	,849
X2.18	33,97	12,240	,433	,845
X2.19	34,17	11,385	,720	,823
X2.20	34,03	11,551	,697	,825
X2.21	34,27	11,789	,565	,834
X2.22	34,23	12,323	,443	,843
X2.23	34,10	11,472	,700	,824
X2.24	34,17	12,006	,531	,837
X2.25	33,93	12,202	,425	,846

LAMPIRAN 4

(TEKNIK ANALISIS DATA)

Mean

No.	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Mean	Total
1.	Iklan Sosial Media	a. Status /story	-kata/kalimat	99	$99+96/30=6,5$
			-desain visual	96	
		b. Foto	-caption	97	$97+86+99+89+89+95/30=15,533$
			-frekuensi upload	86	
			-konten artistik	99	
			-like	89	
			-menjawab komen	95	
		c. Video	-caption	94	$94+87+94+82+86+95/30=17,933$
			-frekuensi upload	87	
			-konten artistik	94	
			-durasi	82	
			-like	86	
			-menjawab komen	95	

No.	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Mean	Total
1	Tanggapan Konsumen terhadap Konten Iklan Media Sosial	a. Produk	-keindahan plating	$96+95=191$	$191+190/30=12,7$
			-kesesuaian	$95+95=190$	
		b. suasana	-kenyamanan	96	$96+90/30=6,2$
			-kerapian penataan tempat	90	
		c. fasilitas penunjang	-keindahan bangunan	94	$94+87/30=6,033$
			-fasilitas internet	87	
		d. bangunan fisik	-kelengkapan fasilitas	$88+92+90+97$	$367/30=12,233$

Kriteria Kategorisasi

a. Untuk variabel (iklan sosial media) dengan 13 pernyataan, nilai tertinggi dikalikan dengan 4 dan nilai terendah dikalikan dengan 1, sehingga:

- Nilai tertinggi $13 \times 4 = 52$

- Nilai terendah $13 \times 1 = 13$

Lalu kelas interval sebesar $((52-13)/4) = 9,75$, dibulatkan menjadi 10, maka penulis menentukan kriterianya sebagai berikut:

- Nilai 13 - 23 dirancang untuk kriteria “Tidak Setuju”

- Nilai 23 - 33 dirancang untuk kriteria “Kurang Setuju”

- Nilai 33 - 43 dirancang untuk kriteria “Setuju”

- Nilai 43 - 53 dirancang untuk kriteria “Sangat Setuju”

Variabel X memiliki 3 indikator dengan ketentuan kriteria kategorisasi sebagai berikut:

1. Indikator status/*story* dengan 2 pernyataan, nilai tertinggi dikalikan dengan 4 dan nilai terendah dikalikan dengan 1, sehingga:

- Nilai tertinggi $2 \times 4 = 8$

- Nilai terendah $2 \times 1 = 2$

Lalu kelas interval sebesar $((8-2)/3) = 2$, maka penulis menentukan kriterianya sebagai berikut:

- Nilai 2 - 4 dirancang untuk kriteria “Kurang Baik”

- Nilai 4 - 6 dirancang untuk kriteria “Baik”

- Nilai 6 - 8 dirancang untuk kriteria “Sangat Baik”

2. Indikator foto dengan 5 pernyataan, nilai tertinggi dikalikan dengan 4 dan nilai terendah dikalikan dengan 1, sehingga:

- Nilai tertinggi $5 \times 4 = 20$

- Nilai terendah $5 \times 1 = 5$

Lalu kelas interval sebesar $((20-5)/3) = 5$, maka penulis menentukan kriterianya sebagai berikut:

- Nilai 5 - 10 dirancang untuk kriteria “Kurang Baik”

- Nilai 10 - 15 dirancang untuk kriteria “Baik”

- Nilai 15 - 20 dirancang untuk kriteria “Sangat Baik”

3. Indikator video dengan 6 pernyataan, nilai tertinggi dikalikan dengan 4 dan nilai terendah dikalikan dengan 1, sehingga:

- Nilai tertinggi $6 \times 4 = 24$

- Nilai terendah $6 \times 1 = 6$

Lalu kelas interval sebesar $((24-6)/3) = 6$, maka penulis menentukan kriterianya sebagai berikut:

- Nilai 6 - 12 dirancang untuk kriteria “Kurang Baik”

- Nilai 12 – 18 dirancang untuk kriteria “Baik”

- Nilai 18 - 24 dirancang untuk kriteria “Sangat Baik”

b. Untuk variabel (Tanggapan Konsumen terhadap konten iklan media sosial) dengan 12 pernyataan, nilai tertinggi dikalikan dengan 4 dan nilai terendah dikalikan dengan 1, sehingga:

- Nilai tertinggi $12 \times 4 = 48$

- Nilai terendah $12 \times 1 = 12$

Lalu kelas interval sebesar $((48-12)/3) = 12$ maka penulis menentukan kriterianya sebagai berikut:

- Nilai 12 - 24 dirancang untuk kriteria “Tidak Baik”
- Nilai 24 - 36 dirancang untuk kriteria “Baik”
- Nilai 36 - 48 dirancang untuk kriteria “Sangat Baik”

1. Indikator produk dengan 4 pernyataan, nilai tertinggi dikalikan dengan 4 dan nilai terendah dikalikan dengan 1, sehingga:

- Nilai tertinggi $4 \times 4 = 16$
- Nilai terendah $4 \times 1 = 4$

Lalu kelas interval sebesar $((16-4)/3) = 4$, maka penulis menentukan kriterianya sebagai berikut:

- Nilai 4 - 8 dirancang untuk kriteria “Kurang Baik”
- Nilai 8 - 12 dirancang untuk kriteria “Baik”
- Nilai 12 - 16 dirancang untuk kriteria “Sangat Baik”

2. Indikator berdasarkan suasana dengan 2 pernyataan, nilai tertinggi dikalikan dengan 4 dan nilai terendah dikalikan dengan 1, sehingga:

- Nilai tertinggi $2 \times 4 = 8$
- Nilai terendah $2 \times 1 = 2$

Lalu kelas interval sebesar $((8-2)/3) = 2$, maka penulis menentukan kriterianya sebagai berikut:

- Nilai 2 - 4 dirancang untuk kriteria “Kurang Baik”
- Nilai 4 - 6 dirancang untuk kriteria “Baik”
- Nilai 6 - 8 dirancang untuk kriteria “Sangat Baik”

3. Indikator berdasarkan bangunan fisik dengan 2 pernyataan, nilai tertinggi dikalikan dengan 4 dan nilai terendah dikalikan dengan 1, sehingga:

- Nilai tertinggi $2 \times 4 = 8$

- Nilai terendah $2 \times 1 = 2$

Lalu kelas interval sebesar $((8-2)/3) = 2$, maka penulis menentukan kriterianya sebagai berikut:

- Nilai 2 - 4 dirancang untuk kriteria “Kurang Baik”

- Nilai 4 - 6 dirancang untuk kriteria “Baik”

- Nilai 6 - 8 dirancang untuk kriteria “Sangat Baik”

4. Indikator berdasarkan fasilitas dengan 4 pernyataan, nilai tertinggi dikalikan dengan 4 dan nilai terendah dikalikan dengan 1, sehingga:

- Nilai tertinggi $4 \times 4 = 16$

- Nilai terendah $4 \times 1 = 4$

Lalu kelas interval sebesar $((16-4)/3) = 4$, maka penulis menentukan kriterianya sebagai berikut:

- Nilai 4 - 8 dirancang untuk kriteria “Kurang Baik”

- Nilai 8 - 12 dirancang untuk kriteria “Baik”

- Nilai 12 - 16 dirancang untuk kriteria “Sangat Baik”

LAMPIRAN 5

(Surat Validasi Instrumen, Formulir
Bimbingan)

UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

FAKULTAS TEKNIK

Alamat: Kampus Karangmalang, Yogyakarta, 55281
Telp. (0274) 586168 psw. 276,289,292 (0274) 586734

Hal : Permohonan Validasi Tugas Akhir Skripsi
Lampiran : 1 Bendel

Kepada Yth,
Dewi Eka Murniati, MM
Dosen Jurusan Pendidikan Teknik Boga
di Fakultas Teknik UNY

Sehubungan dengan rencana pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi (TAS),

Dengan ini saya:

Nama : Fatma Aisyah
NIM : 15511241036
Program Studi : Pendidikan Teknik Boga
Judul TAS : TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP IKLAN
MEDIA SOSIAL CAFE G27 PABELAN MAGELANG

Dengan hormat mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan validasi terhadap kuesioner yang telah saya buat. Sebagai bahan pertimbangan, bersama ini saya lampirkan: (1) proposal TAS, (2) kisi-kisi instrumen penelitian, dan (3) draf instrumen penelitian.

Demikian permohonan saya, atas bantuan dan perhatian Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Yogyakarta, Maret 2019

Pemohon,



Fatma Aisyah
NIM. 15511241036

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Pendidikan Teknik Boga,



Dr. Mutiara Nugraheni, STP., M. Si.

NIP. 19770131 200212 2 001

Disetujui,
Dosen Pembimbing,



Dewi Eka Murniati, MM

NIP. 19810506N200604 2 002

UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

FAKULTAS TEKNIK

Alamat: Kampus Karangmalang, Yogyakarta, 55281
Telp. (0274) 586168 psw. 276,289,292 (0274) 586734

**SURAT PERNYATAAN VALIDASI
MEDIA PEMBEAJARAN PENELITIAN TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wika Rinawati, S.Pd. .M.Pd.

NIP : 197604242001122002

Jurusan : Pendidikan Teknik Boga

Menyatakan bahwa instrumen penelitian TAS atas nama mahasiswa:

Nama : Fatma Aisyah

NIM : 15511241036

Program Studi : Pendidikan Teknik Boga

Judul TAS : TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP IKLAN
MEDIA SOSIAL CAFE G27 PABELAN MAGELANG

Setelah dilakukan kajian atas instrumen penelitian TAS tersebut dapat dinyatakan:

- ☒ Layak digunakan untuk penelitian
☐ Layak digunakan dengan perbaikan
☐ Tidak layak digunakan untuk penelitian yang bersangkutan dengan
saran/perbaikan sebagaimana terlampir.

Demikian agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, Maret 2019

Validator,



Wika Rinawati, S.Pd. .M.Pd.

NIP. 197604242001122002

Catatan:

☐ Beri tanda



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

FAKULTAS TEKNIK
Alamat: Kampus Karangmalang, Yogyakarta, 55281
Telp. (0274) 586168 psw. 276,289,292 (0274) 586734

HASIL VALIDASI MEDIA PEMBELAJARAN

Nama : Fatma Aisyah NIM : 15511241036
Judul TAS : TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP IKLAN MEDIA SOSIAL CAFÉ G27 PABELAN
MAGELANG

No	Variabel	Saran/Tanggapan
1.	Iklan Media Sosial	Memperbaiki tata bahasa pada point no 4, 5, 6, 11 dan 12.
2.	Iklan Media Sosial	Memperbaiki tata bahasa pada point no 4 dan 5.
Komentar Umum/lain-lain:		

Yogyakarta, Maret 2019
Validator,



Wika Kinawati, S.Pd., M.Pd.
NIP. 197604242001122002



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

FAKULTAS TEKNIK / PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNIK BUSANA

Alamat : Kampus Karangmalang, Yogyakarta, 55281, Telp. (0274) 54185

KARTU BIMBINGANTAS

Nama Mahasiswa : Fatma Aisyah
NIM : 15511241036
Judul : TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP IKLAN DI MEDIA SOSIAL CAFE G27 PABELAN MAGELANG

Dosen Pembimbing : Dewi Eka Murniati, MM
Program Studi : Pendidikan Teknik Boga

Foto 2x3
cm

NO	HARI/TANGGAL BIMBINGAN	MATERI BIMBINGAN	HASIL/SARAN BIMBINGAN	PARAF DOSEN PEMBIMBING
1.	Kamis, 27/12-2018	Revisi Judul	Judul awal kepuasan konsumen terhadap iklan media sosial cafe G27 menjadi "Tanggapan konsumen terhadap iklan media sosial cafe G27 Pabelan Magelang"	

NO	HARI/TANGGAL BIMBINGAN	MATERI BIMBINGAN	HASIL / SARAN BIMBINGAN	PARAF DOSEN PEMBIMBING
2.	Rabu, 16 / 1, 2019	Bab 1	Menambah Latar Belakang Menambah kajian teori (Strategi bauran Pemasar- an dan bauran promosi)	
3.	Rabu, 6 / 2 2019	Bab 11		
4.	Kamis, 21 / 2 2019	Bab 11	Menambah Fitur - Fitur yang ada di facebook dan instagram. Menambah penjelasan tentang teknik dan instrumen pengumpulan data dan mengganti sub indikator di kisi kisi. Menambah sub indikator yang ada di kisi kisi instrumen dan teknik analisis data.	
5.	Kamis, 7 / 3 2019	Bab 111		
6.	Jumat, 15 / 3 2019	Bab 111		
7.	Jumat 22 / 3 2019	Kuesioner	Menganti kalimat yang ada dipertanyaan dalam kuesioner.	
8.	Senin	Bab 1V	Memperbaiki deskripsi Hasil Penelitian,	

NO	HARI/TANGGAL BIMBINGAN	MATERI BIMBINGAN	HASIL / SARAN BIMBINGAN	PARAF DOSEN PEMBIMBING
2.	Rabu, 16 / 1, 2019	Bab 1	Menambah Latar Belakang Menambah kajian teori (Strategi bauran Pemasar- an dan bauran promosi)	
3.	Rabu, 6 / 2 2019	Bab 11		
4.	Kamis, 21 / 2 2019	Bab 11	Menambah Fitur - Fitur yang ada di facebook dan instagram. Menambah penjelasan tentang teknik dan instrumen pengumpulan data dan mengganti sub indikator di kisi kisi. Menambah sub indikator yang ada di kisi kisi instrumen dan teknik analisis data.	
5.	Kamis, 7 / 3 2019	Bab 111		
6.	Jumat, 15 / 3 2019	Bab 111		
7.	Jumat 22 / 3 2019	Kuesioner	Mengganti kalimat yang ada dipertanyaan dalam kuesioner.	
8.	Senin	Bab 1V	Memperbaiki deskripsi Hasil Penelitian,	

LAMPIRAN 6

(Foto-foto)





 27 OUR MENU		
FOOD		
Nasi Goreng Sosis	9K	
Nasi Goreng Telur	8K	
Nasi Goreng Jamur	9K	
Mie Goreng / Bihun	8K	
Mie Godhok / Bihun	8K	
Kwetiau Goreng	9K	
Lele Bakar Madu+Nasi	9K	
COOKED FOOD		
Dimsum	10K	
Spageti	9K	
Chicken Stick	5K	
Kentang Goreng	5K	
Sosis Bakar Mayo B	8K	
Sosis Bakar Mayo K	5K	
Resol Mayo "isi 2"	6K	
Cireng "isi 1"	5K	
Ketela Keju "Manis"	5K	
Ketela Keju "Gurih"	5K	
Pisang Lumer "isi 2"	5K	
Gethuk Cothot "isi 3"	4K	
Pempok Lempeng	8K	
Pempok Kapal Selam	11K	
ACQUA VIVA		
Strawberry Squash	5K	
Vanilla Squash	5K	
Lemon Squash	5K	
Ocean Blue Squash	5K	
JUICE		
Tomat	5K	
Jambu	5K	
Mangga	5K	
Sirsak	5K	
Alpukat	5K	
OTHERS		
Teh Panas/Dingin	3K	
Jeruk Panas/Dingin	3K	
Wedang Uwuh	4K	
Wedang Tape	4K	
Lemon Tea	4K	



















