

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Persetujuan Dosen Pembimbing



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung SFD Tower B, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id
Laman: fe.unj.ac.id

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama : Cindy Claudya Oktaviani
2. NIM : 1707622041
3. Program Studi : Pendidikan Bisnis

Menerangkan menulis Skripsi dengan judul :

Pengaruh *Food-Related Content*, *Electronic Word of Mouth (e-WOM)*, *Perceived Value*, dan *Trust* terhadap *Purchase Intention* Produk Kuliner Viral di Instagram pada Mahasiswa FEB UNJ

Dosen Pembimbing Skripsi yang diajukan :

Pembimbing Pertama :

Nama : Prof. Dr. Corry Yohana, M.M
NIP : 195909181985032011
Golongan : 4E
Tanda Tangan :

Pembimbing Kedua:

Nama : Seffrimel Angriani Zn, S.E., M.Sc
NIP : 199509112024062002
Golongan : III B
Tanda Tangan :

Menyetujui
Koordinator Prodi Pendidikan Bisnis

Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D
NIP: 198209082010122004

Jakarta, 13 April 2026
Mahasiswa Ybs,

Cindy Claudya Oktaviani
NIM. 1707622041

Catatan:

- Diketik rangkap dua (Program Studi, dan Ybs)

Lampiran 2. Surat Persetujuan Sidang Seminar Proposal Skripsi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN
TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id
Laman: fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SIDANG SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Prof. Dr. Corry Yohana, MM.
NIP/NIDK : 195909181985032011
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Seffrimel Angriani Zn, S.E., M.Sc
NIP/NIDK : 199509112024062002
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Cindy Claudya Oktaviani
No. Registrasi : 1707622041
Program Studi : Pendidikan Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Food-Related Content, Electronic Word of Mouth (e-WOM), Perceived Value*, dan *Trust* terhadap *Purchase Intention* Produk Kuliner Viral di Instagram pada Mahasiswa FEB UNJ.

untuk mengikuti Sidang Seminar Proposal Skripsi.

Jakarta, 13 April 2026

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Prof. Dr. Corry Yohana, MM.
NIP/NIDK. 195909181985032011


Seffrimel Angriani Zn, S.E., M.Sc
NIP/NIDK. 199509112024062002

Mengetahui,
Koord. Program Studi Pendidikan Bisnis


Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D
NIP.198209082010122004

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

Lampiran 3. Kartu Konsultasi Bimbingan Penulisan Proposal Skripsi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung SFD Tower B, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id
Laman: fe.unj.ac.id

KARTU KONSULTASI PEMBIMBINGAN PENULISAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Cindy Claudya Oktaviani
2. NIM : 1707622041
3. Program Studi : Pendidikan Bisnis
4. Dosen Pembimbing I : Prof. Dr. Corry Yohana, M.M NIP.195909181985032011
5. Dosen Pembimbing II : Setrimel Angriani, S.E., M.Sc NIP.19550912024062002
6. Judul Skripsi : Pengaruh Food-Related Content, Electronic Word of Mouth (E-WOM), Perceived Value, dan Trust terhadap Purchase Intention Produk Kuliner Viral di Instagram pada Mahasiswa FEB UNJ

NO	TGL/BLN/THN	MATERI KONSULTASI	SARAN PEMBIMBING	TANDA TANGAN PEMBIMBING	
				DP I	DP II
1	1/10/2025	Judul	Memastikan jurnal terdahulu		
2	7/11/2025	Outline	Sertakan data pendukung		
3	8/1/2026	Judul & BAB 1	Struktur latar belakang diperbaiki		
4	15/1/2026	BAB 1 & BAB 2	Format penulisan,		
5	10/3/2026	BAB 1 & BAB 2 & BAB 3	Tambah penjelasan dan kesimpulan		
6	27/2/2026	BAB 2 & BAB 3	Tambah data, ubah grand theory		
7	1/4/2026	BAB 3	Diperkaya bab 3 & penulisan italic		
8	10/4/2026	BAB 3	Rapikan format, hitungan sampel		
9	13/4/2026	BAB 3	Persiapkan sempro		
10	14/4/2026	BAB 3	Ubah kata samking di awal kalimat		

SETUJU UNTUK UJIAN SKRIPSI

Catatan:

- Kartu ini dibawa dan ditandatangani oleh Pembimbing pada saat konsultasi
- Kartu ini dibawa pada saat ujian PKL, apabila diperlukan dapat dipergunakan sebagai bukti pembimbingan

Lampiran 4. Kartu Konsultasi Bimbingan Penulisan Skripsi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227
Laman: unj.ac.id

KARTU KONSULTASI PEMBIMBINGAN PENULISAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Cindy Claudya Oktaviani
2. NIM : 1707622041
3. Program Studi : Pendidikan Bisnis
4. Dosen Pembimbing I : Prof. Dr. Corry Yohana, M.M NIP.195909181985032011
5. Dosen Pembimbing II : Setrimel Angriani, S.E., M.Sc NIP.19550912024062002
6. Judul Skripsi : Pengaruh Food Content, E-WOM, Perceived Value, dan Trust terhadap Purchase Intention Makanan Viral Instagram pada Generasi Z di Jakarta

NO	TGL/BLN/THN	MATERI KONSULTASI	SARAN PEMBIMBING	TANDA TANGAN PEMBIMBING	
				DP I	DP II
1	12/5/26	Konsultasi setelah sempro	mengubah variabel		
2	20/5/26	Konsultasi setelah sempro	mencari jurnal variabel		
3	26/5/26	Revisi sempro	memperbaiki format		
4	4/6/26	Revisi sempro	konsistensi penulisan		
5	3/6/26	Revisi persiapan penyebaran kuisioner	memeriksa kalimat kuisioner		
6	15/6/26	persiapan penyebaran kuisioner	memperkuat instrumen		
7	24/6/26	hasil olah data	menyajikan data		
8	1/7/26	hasil olah data	memperkuat argumen		
9	7/7/26	revisi bab 4 & 5	tambahkan justifikasi & penguat		
10	10/7/26	revisi bab 4 & 5	tambahkan sumber pendukung		

SETUJU UNTUK UJIAN SKRIPSI



Catatan:

- Kartu ini dibawa dan ditandatangani oleh Pembimbing pada saat konsultasi
- Kartu ini dibawa pada saat ujian PKL, apabila diperlukan dapat dipergunakan sebagai bukti pembimbingan

Lampiran 5. Saran dan Perbaikan Seminar Proposal Skripsi



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI**
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung SFD Tower B, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id
Laman: fe.unj.ac.id

FORMAT SARAN DAN PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL/SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS - UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

1. Nama Mahasiswa : Cindy Claudya Oktaviani
2. NIM : 1707622041
3. Program Studi : Pendidikan Bisnis
4. Tanggal Ujian Skripsi/Non Skripsi : Rabu, 22 April 2026

NO	NAMA PENGUJI/PEMBERI SARAN	MASALAH SARAN PERBAIKAN	HALAMAN	TANDA TANGAN PEMBERI SARAN
1	Nadya Fadillah Fidiyallah, S.Pd., M.Pd.	1. Menambahkan penegasan argumen penggunaan variabel non elektronik selain E-WOM 2. Memastikan variabel yang digunakan memiliki penelitian terdahulu dan indikator yang sesuai 3. Menambahkan butir pernyataan instrumen per indikator (2 pernyataan) 4. Menyesuaikan pernyataan instrumen purchase intention agar tidak mengarah pada keputusan	Hal. 1 - 15 Hal. 24 - 26 Hal. 58 - 63 Hal. 62 - 63	
2	Rizka Zakiah, M.Pd.	1. Mempersingkat judul skripsi dengan maksimal 20 kata 2. Mengubah pemilihan produk kuliner viral menjadi lebih sinkron dengan variabel X1 3. Mengubah / memperkuat argumen pemilihan objek mahasiswa FEB UNJ 4. Mengubah sumber jurnal indikator pada instrumen X1 menjadi 1 sumber saja 5. Melakukan penyesuaian penyebutan variabel agar selaras	Hal. 1 Hal. 1 - 74 Hal. 14 Hal. 58 - 59 Hal. 1 - 49	
3		1. Menambahkan data lapangan pada setiap masalah variabel	Hal. 8 - 12	



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI**
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung SFD Tower B, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id
Laman: fe.unj.ac.id

Ivan Putranto, S.Pd., M.Pd.	2. Menghapus penggunaan kata ganti orang 3. Memperbaiki kesalahan pada tabel peneliti terdahulu 4. Menyesuaikan tabel waktu penelitian dengan tabel lainnya 5. Memastikan keseluruhan kalimat sinkron dan italic untuk bahasa asing	Hal. 1 - 74 Hal. 35 Hal. 51 - 52 Hal. 1 - 74	
Sudah diperbaiki sesuai saran ← SETUJU DIPERBANYAK →	Paraf Pembimbing I 	Paraf Pembimbing II 	

Catatan :

1. Pada waktu konsultasi perbaikan/penyempurnaan skripsi, kartu ini harus diperlihatkan kepada Pembimbing (I dan II).
2. Target perbaikan/penyempurnaan skripsi setelah tanggal ujian
3. Kartu ini harus dilampirkan pada waktu meminta tanda tangan Tim Penguji untuk penyerahan skripsi

Lampiran 6. LoA bukti Penerbitan Artikel Ilmiah



Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi

eISSN 3089-8374 & pISSN 3090-1022

Jln. Malahayati KM. 9 Desa Kajhu Kabupaten Aceh Besar, Indonesia 23373

<https://indojurnal.com/index.php/ekopedia>

[mailto: jurnal@indopublishing.or.id](mailto:jurnal@indopublishing.or.id)

SURAT KETERANGAN **LETTER OF ACCEPTANCE (LOA)**

Nomor: 94/2.3/ekopedia/LOA/2026

Assalamualaikum wr. wb.

Kami dari Redaksi Ekopedia: *Jurnal Ilmiah Ekonomi* menyampaikan bahwa artikel Bapak/Ibu dengan judul:

Nama Artikel : Pengaruh *Food Content, E-Wom, Perceived Value*, dan *Trust* terhadap *Purchase Intention* Makanan Viral Instagram pada Generasi Z di Jakarta (ID: 4242)
Nama Penulis : Cindy Claudya Oktaviani, Corry Yohana, Sefrimel Angriani ZN
Asal Institusi : Universitas Negeri Jakarta
Korespondensi : cindy.claudya.oktaviani@gmail.com

telah diterima, ditinjau dan dinyatakan disetujui untuk diterbitkan pada Ekopedia: *Jurnal Ilmiah Ekonomi* Volume 2 Nomor 3 Tahun 2026.

Kami mengucapkan terima kasih banyak atas kepercayaan Bapak/Ibu menerbitkan artikel terbaik pada jurnal kami, kami akan kembali menginformasikan tahap proses berikutnya sampai publish (terbit). Untuk seterusnya kami masih menunggu artikel-artikel terbaik Bapak/Ibu selanjutnya.

Demikianlah surat keterangan ini kami perbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana perlunya.
Wassalamualaikum wr. wb.

Banda Aceh, 20 Juli 2026
 Hormat Kami,



Dedi Sufriadi, SE., M.Si
 Editor in Chief

Diterbitkan oleh:
 INDO PUBLISHING (Maatschap)
 SK Kemenkumham No. AHU-0001584-AH.01.22 Tahun 2024
<https://indopublishing.or.id>



Lampiran 7. Kuisisioner Penelitian Sampel Kecil

Halo! Perkenalkan, saya Cindy Claudya Oktaviani, mahasiswa S1 Pendidikan Bisnis di Universitas Negeri Jakarta. Saat ini, saya sedang melakukan uji coba instrumen penelitian (*pilot test*) untuk penyusunan skripsi saya yang berjudul:

"PENGARUH *FOOD CONTENT*, *EWOM*, *PERCEIVED VALUE*, DAN *TRUST* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MAKANAN VIRAL INSTAGRAM PADA GENERASI Z DI JAKARTA"

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana konten makanan, informasi di media sosial, persepsi nilai, dan rasa percaya memengaruhi minat beli generasi Z terhadap produk makanan yang sedang viral di Instagram.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Anda yang memenuhi kriteria berikut untuk mengisi kuisisioner ini:

1. Berusia 14–29 tahun / Gen Z.
2. Pengguna aktif media sosial Instagram.
3. Pernah melihat atau mencari informasi seputar konten makanan yang viral di Instagram.

Pengisian kuisisioner ini memerlukan waktu sekitar **3–5 menit**. Perlu diketahui bahwa ini adalah tahap **uji coba (*pilot test*)**, sehingga masukan Anda sangat berharga untuk memastikan kejelasan bahasa dan ketepatan butir pertanyaan sebelum disebarkan secara luas.

Seluruh data yang Anda berikan bersifat **rahasia** dan hanya akan digunakan untuk kepentingan analisis akademis. Tidak ada jawaban yang benar atau salah, mohon mengisi sesuai dengan apa yang Anda rasakan.

Atas bantuan, waktu, dan partisipasi yang Anda berikan, saya ucapkan terima kasih banyak.

Salam hangat, Cindy Claudya Oktaviani

A. Profil Responden

1. Jenis Kelamin :
2. Pekerjaan :
3. Pengeluaran :
4. Durasi Penggunaan Instagram :

B. Pertanyaan

Silakan pilih angka yang paling menggambarkan tingkat persetujuan Anda terhadap pernyataan-pernyataan di bawah ini, dengan ketentuan skala genap sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Agak Tidak Setuju (ATS)

4 = Agak Setuju (AS)

5 = Setuju (S)

6 = Sangat Setuju (SS)

1. *Food Content (FC)*

No.	Pertanyaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
<i>Accuracy</i>							
1	Saya merasa informasi mengenai rasa, porsi, atau tampilan makanan viral yang disajikan di Instagram sesuai dengan kenyataan (akurat)						
2	Informasi penting mengenai makanan viral di Instagram (seperti nama menu, lokasi, atau harga) disajikan secara jelas						
<i>Relevance</i>							
3	Penyajian konten makanan viral di Instagram sangat sesuai dengan kebutuhan saya dalam mencari rekomendasi makanan						
<i>Conciseness</i>							
4	Ulasan makanan viral di Instagram disajikan secara ringkas dan padat						

2. *Electronic Word of Mouth (eWOM)*

No.	Pertanyaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
-----	------------	-----	----	-----	----	---	----

<i>Intensity</i>							
1	Saya melihat banyak pengguna lain memberikan komentar atau membahas makanan viral di Instagram						
<i>Valence of Opinion</i>							
2	Secara umum, saya sering melihat ulasan yang bernada positif mengenai makanan-makanan yang sedang viral di Instagram						
<i>Content</i>							
3	Saya sering melihat ulasan di Instagram yang membahas tentang kualitas (seperti rasa atau tampilan visual) dari berbagai makanan yang sedang viral						
4	Saya sering melihat pembicaraan di Instagram mengenai kesesuaian harga atau keterjangkauan dari berbagai makanan yang sedang viral						

3. *Perceived Value (PV)*

No.	Pertanyaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
<i>Quality / Performance</i>							
1	Makanan viral tersebut terlihat memiliki kualitas yang konsisten dalam konten						
2	Makanan viral tersebut tampak diolah/disajikan dengan sangat baik						
<i>Price / Value for Money</i>							
3	Harga makanan viral tersebut terasa masuk akal jika dibandingkan dengan porsi / tampilannya di konten						
4	Makanan viral tersebut memberikan nilai yang sepadan dengan uang yang harus saya keluarkan						
<i>Emotional Value</i>							
5	Saya merasa akan sangat menikmati makanan viral tersebut setelah melihat kontennya						
6	Mengonsumsi makanan viral tersebut akan membuat perasaan saya menjadi senang/puas						
<i>Social Value</i>							
7	Membeli makanan viral tersebut membantu saya merasa lebih diterima di lingkungan pertemanan saya						
8	Mengonsumsi makanan viral tersebut akan meningkatkan cara orang lain memandang						

	diri saya						
--	-----------	--	--	--	--	--	--

4. *Trust (TR)*

No.	Pertanyaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
<i>Perceived Competency</i>							
1	Saya menilai orang-orang yang mengulas makanan viral di Instagram memiliki keahlian yang baik dalam menilai produk makanan						
2	Saya merasa ulasan-ulasan di Instagram secara konsisten memberikan penilaian yang tepat pada setiap makanan viral						
<i>Perceived Benevolence</i>							
3	Saya percaya ulasan mengenai makanan viral di Instagram dibuat dengan niat baik untuk membagikan rekomendasi yang bermanfaat bagi konsumen						
4	Saya merasa ulasan makanan viral di Instagram peduli pada konsumen dengan memperlihatkan kelebihan dan kekurangan produk secara objektif						
<i>Perceived Integrity</i>							
5	Secara umum, saya merasa ulasan mengenai berbagai makanan viral di Instagram menyampaikan informasi kualitas produk secara jujur						
6	Saya merasa ulasan-ulasan mengenai makanan viral di Instagram dapat dipercaya kredibilitasnya						

5. *Purchase Intention (PI)*

No.	Pertanyaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
<i>Transactional Intention</i>							
1	Saya memiliki keinginan untuk membeli makanan viral yang saya lihat di Instagram						
2	Saya tertarik mencoba makanan viral yang direkomendasikan di Instagram						
<i>Referential Intention</i>							
3	Saya memiliki kecenderungan untuk merekomendasikan makanan viral yang menarik di Instagram kepada teman atau keluarga						
4	Saya akan membagikan (<i>share</i>) konten makanan viral yang saya lihat di Instagram kepada orang lain sebagai referensi						

	makanan yang layak dicoba						
<i>Preferential Intention</i>							
5	Produk makanan viral yang saya lihat di Instagram menjadi salah satu pilihan utama ketika ingin membeli makanan						
<i>Explorative Intention</i>							
6	Saya suka mengeksplorasi berbagai pilihan menu makanan viral di Instagram yang berniat saya coba						

Lampiran 8. Tabulasi Data Sampel Kecil

1. Food Content (FC)

<i>Food Content (FC)</i>			
FC1	FC2	FC3	FC4
5	5	5	5
6	6	5	5
3	3	4	4
6	6	6	6
4	4	5	5
4	4	6	4
5	3	5	4
5	4	5	6
5	6	5	6
5	5	6	6
5	5	5	5
6	6	6	6
3	3	5	4
3	3	5	5
5	4	5	6
6	5	6	6
5	5	6	6
5	5	6	5
5	5	6	6
4	3	5	5
6	5	6	6
5	5	5	6
5	5	4	5
5	5	6	5
4	4	5	5
5	5	5	6
5	5	5	6
3	3	5	5

5	5	5	4
5	6	5	6

2. *Electronic Word of Mouth (eWOM)*

<i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i>			
EWOM1	EWOM2	EWOM3	EWOM4
6	6	5	5
5	6	5	6
5	5	4	4
6	5	6	6
5	5	6	6
3	4	4	3
5	4	5	4
5	5	4	5
5	4	4	5
5	5	5	5
6	6	4	6
6	5	5	5
4	4	3	4
5	5	5	5
5	4	5	5
5	6	6	6
6	5	6	5
5	5	5	5
5	6	5	5
4	4	5	5
6	6	6	6
6	6	5	6
4	5	4	4
6	5	5	5
4	5	5	5
5	6	5	6
6	5	5	5
5	5	5	5
4	4	5	5
5	4	4	5

3. *Perceived Value (PV)*

<i>Perceived Value (PV)</i>							
PV1	PV2	PV3	PV4	PV5	PV6	PV7	PV8
5	5	5	5	5	6	5	6
5	6	5	5	6	6	6	5
5	5	4	4	4	4	4	5
6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	4	4	5	5	3	3
4	4	4	3	4	4	3	3
3	4	4	3	4	4	2	2
6	5	5	5	5	5	6	5
4	5	4	5	3	2	1	1
5	5	5	4	5	6	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	6	5	5	5	6	5	5
4	2	2	2	2	4	1	1
5	5	6	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	5	4	3
6	6	6	6	6	6	6	6
6	5	6	6	5	5	4	5
6	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	6	6	4	4
5	5	5	4	4	4	2	1
6	6	6	6	5	6	6	6
5	5	5	5	6	6	5	4
3	4	4	4	5	5	3	2
4	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	4	4	5	5	5
5	6	5	6	5	5	5	5
5	6	5	6	5	5	5	6
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5
4	5	4	5	3	2	1	1

4. *Trust (TR)*

<i>Trust (TR)</i>					
TR1	TR2	TR3	TR4	TR5	TR6
4	5	5	6	6	6
6	6	6	6	6	6
3	3	4	4	5	4
6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	4
6	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4

6	6	5	5	5	6
4	5	4	5	3	5
6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
3	2	2	3	2	4
5	5	4	5	5	5
4	4	5	4	5	3
6	6	6	6	6	6
6	5	5	6	6	5
6	5	5	5	5	5
5	4	6	6	5	5
4	4	4	3	3	4
6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5
5	5	4	3	3	4
5	5	6	5	5	5
4	5	5	4	5	5
5	6	5	5	5	5
5	6	5	5	5	5
5	3	5	5	5	5
5	5	6	6	6	6
4	5	4	5	3	5

5. *Purchase Intention (PI)*

<i>Purchase Intention (PI)</i>					
PI1	PI2	PI3	PI4	PI5	PI6
6	5	5	6	5	6
5	5	4	4	4	5
5	5	4	4	5	4
5	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6
4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	3	3
6	5	4	4	5	5
5	3	3	2	1	3
6	5	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5
5	6	5	6	5	5
5	5	5	6	4	4
5	6	5	5	5	5
5	5	5	6	3	5
6	6	6	6	6	5

6	5	5	6	5	5
5	6	5	5	5	5
6	6	6	5	5	5
4	4	4	4	4	4
6	5	6	6	6	6
6	6	6	5	6	6
4	5	4	3	3	4
6	6	5	5	4	5
6	5	5	5	5	5
5	6	5	5	5	5
5	6	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4
6	6	6	5	5	6
5	3	3	2	1	3

Lampiran 9. Kuesioner Penelitian Sampel Utama

Halo Teman-Teman Generasi Z!

Perkenalkan, saya Cindy Claudya Oktaviani, mahasiswa S1 Pendidikan Bisnis di Universitas Negeri Jakarta. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi berjudul "PENGARUH FOOD CONTENT, EWOM, PERCEIVED VALUE, DAN TRUST TERHADAP PURCHASE INTENTION MAKANAN VIRAL INSTAGRAM PADA GENERASI Z DI JAKARTA".

Jika kamu:

1. Lahir dalam rentang tahun 1997–2012 (Generasi Z).
2. Berdomisili atau sedang aktif berkegiatan di area Jakarta.
3. Aktif menggunakan Instagram dan pernah melihat konten/ulasan mengenai makanan viral di platform tersebut.

Saya sangat memohon kesediaan waktu kamu (sekitar 3–5 menit) untuk mengisi seluruh pernyataan dalam kuesioner ini secara jujur dan objektif berdasarkan pengalaman pribadimu. Seluruh data yang terkumpul akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis.

Atas bantuan, kesediaan waktu, dan partisipasi teman-teman semua, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga harimu menyenangkan!

A. Profil Responden

1. Jenis Kelamin :
2. Pekerjaan :
3. Pengeluaran :
4. Durasi Penggunaan Instagram :

B. Pertanyaan

Silakan pilih angka yang paling menggambarkan tingkat persetujuan Anda terhadap pernyataan-pernyataan di bawah ini, dengan ketentuan skala genap sebagai berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Agak Tidak Setuju (ATS)
- 4 = Agak Setuju (AS)
- 5 = Setuju (S)
- 6 = Sangat Setuju (SS)

1. *Food Content (FC)*

No.	Pertanyaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
<i>Accuracy</i>							
1	Saya merasa informasi mengenai rasa, porsi, atau tampilan makanan viral yang disajikan di Instagram sesuai dengan kenyataan (akurat)						
2	Informasi penting mengenai makanan viral di Instagram (seperti nama menu, lokasi, atau harga) disajikan secara jelas						
<i>Relevance</i>							
3	Penyajian konten makanan viral di Instagram sangat sesuai dengan kebutuhan saya dalam mencari rekomendasi makanan						
<i>Conciseness</i>							
4	Ulasan makanan viral di Instagram disajikan secara ringkas dan padat						

2. *Electronic Word of Mouth (eWOM)*

No.	Pertanyaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
<i>Intensity</i>							
1	Saya melihat banyak pengguna lain memberikan komentar atau membahas makanan viral di Instagram						
<i>Valence of Opinion</i>							
2	Secara umum, saya sering melihat ulasan yang bernada positif mengenai makanan-makanan yang sedang viral di Instagram						
<i>Content</i>							
3	Saya sering melihat ulasan di Instagram yang membahas tentang kualitas (seperti rasa atau tampilan visual) dari berbagai makanan yang sedang viral						
4	Saya sering melihat pembicaraan di Instagram mengenai kesesuaian harga atau keterjangkauan dari berbagai makanan yang sedang viral						

3. *Perceived Value (PV)*

No.	Pertanyaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
<i>Quality / Performance</i>							
1	Makanan viral tersebut terlihat memiliki kualitas yang konsisten dalam konten						
2	Makanan viral tersebut tampak diolah/disajikan dengan sangat baik						
<i>Price / Value for Money</i>							
3	Harga makanan viral tersebut terasa masuk akal jika dibandingkan dengan porsi / tampilannya di konten						
4	Makanan viral tersebut memberikan nilai yang sepadan dengan uang yang harus saya keluarkan						
<i>Emotional Value</i>							
5	Saya merasa akan sangat menikmati makanan viral tersebut setelah melihat kontennya						
6	Mengonsumsi makanan viral tersebut akan membuat perasaan saya menjadi senang/puas						
<i>Social Value</i>							
7	Membeli makanan viral tersebut membantu saya merasa lebih diterima di lingkungan pertemanan saya						

8	Mengonsumsi makanan viral tersebut akan meningkatkan cara orang lain memandang diri saya						
---	--	--	--	--	--	--	--

4. *Trust (TR)*

No.	Pertanyaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
<i>Perceived Competency</i>							
1	Saya menilai orang-orang yang mengulas makanan viral di Instagram memiliki keahlian yang baik dalam menilai produk makanan						
2	Saya merasa ulasan-ulasan di Instagram secara konsisten memberikan penilaian yang tepat pada setiap makanan viral						
<i>Perceived Benevolence</i>							
3	Saya percaya ulasan mengenai makanan viral di Instagram dibuat dengan niat baik untuk membagikan rekomendasi yang bermanfaat bagi konsumen						
4	Saya merasa ulasan makanan viral di Instagram peduli pada konsumen dengan memperlihatkan kelebihan dan kekurangan produk secara objektif						
<i>Perceived Integrity</i>							
5	Secara umum, saya merasa ulasan mengenai berbagai makanan viral di Instagram menyampaikan informasi kualitas produk secara jujur						
6	Saya merasa ulasan-ulasan mengenai makanan viral di Instagram dapat dipercaya kredibilitasnya						

5. *Purchase Intention (PI)*

No.	Pertanyaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
<i>Transactional Intention</i>							
1	Saya memiliki keinginan untuk membeli makanan viral yang saya lihat di Instagram						
2	Saya tertarik mencoba makanan viral yang direkomendasikan di Instagram						
<i>Referential Intention</i>							
3	Saya memiliki kecenderungan untuk merekomendasikan makanan viral yang menarik di Instagram kepada teman atau keluarga						
4	Saya akan membagikan (<i>share</i>) konten						

	makanan viral yang saya lihat di Instagram kepada orang lain sebagai referensi makanan yang layak dicoba						
<i>Preferential Intention</i>							
5	Produk makanan viral yang saya lihat di Instagram menjadi salah satu pilihan utama ketika ingin membeli makanan						
<i>Explorative Intention</i>							
6	Saya suka mengeksplorasi berbagai pilihan menu makanan viral di Instagram yang berniat saya coba						

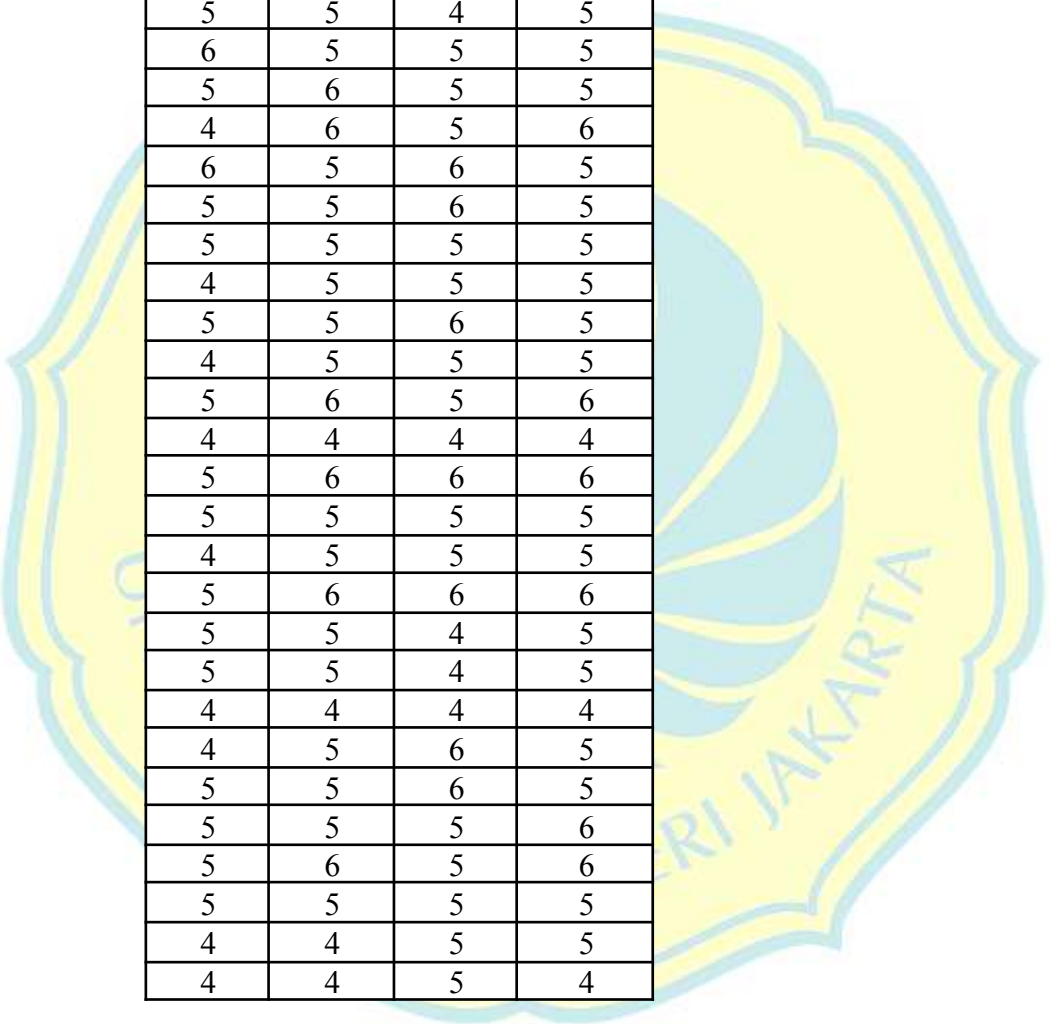
Lampiran 10. Tabulasi Data Sampel Utama

1. *Food Content (FC)*

<i>Food Content (FC)</i>			
FC1	FC2	FC3	FC4
5	5	6	5
6	6	6	6
5	5	5	5
5	5	5	5
4	5	4	5
5	5	5	5
5	5	5	6
5	5	5	5
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
6	6	6	6
4	4	4	4
5	5	6	5
5	6	6	6
4	5	5	5
5	5	4	5
6	6	5	6
4	4	4	4
5	5	5	5
5	5	6	5
5	5	5	5
4	5	5	5
6	6	5	6
5	6	6	6
5	5	5	5

6	5	6	5
4	5	4	5
5	5	5	5
5	5	5	5
4	5	5	5
4	5	5	5
5	5	4	5
5	5	5	5
6	5	5	5
4	5	4	5
5	5	5	5
6	6	6	6
5	5	4	5
5	6	6	6
4	4	5	4
5	5	5	5
4	5	5	5
5	4	5	4
5	5	5	5
5	5	4	5
4	4	5	4
5	5	5	5
5	6	5	5
4	5	4	5
5	5	6	5
5	4	4	4
5	5	5	5
5	6	6	6
5	5	5	5
4	5	5	5
4	5	3	5
5	5	6	5
5	5	5	5
4	5	4	5
5	5	4	5
5	5	5	5
6	6	6	6
5	5	5	5
4	5	5	5
5	5	6	5
5	6	6	5
6	6	5	6
6	6	6	6
5	5	6	5

5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
4	5	4	6
5	4	6	4
4	4	5	4
6	5	5	6
5	5	6	5
5	6	4	6
5	5	5	4
3	4	2	4
5	5	5	5
3	4	2	4
3	4	2	4
3	3	3	3
5	5	5	5
5	5	5	5
3	3	4	3
4	5	4	5
5	5	5	5
5	6	6	6
5	5	3	5
4	5	5	5
4	5	5	5
5	5	5	5
4	6	4	6
3	3	4	3
6	6	5	6
6	6	5	6
4	5	4	5
4	4	4	4
5	6	6	6
4	4	4	4
4	5	4	5
6	5	6	5
5	6	5	6
5	5	5	5
5	5	5	5
4	5	5	4
5	5	3	5
6	5	5	5
3	3	3	3
4	5	5	5
5	5	5	5



5	6	6	6
5	5	5	5
4	5	3	5
3	5	4	5
4	5	5	5
4	6	5	6
4	5	4	5
5	6	4	6
5	5	6	5
5	5	4	5
6	5	5	5
5	6	5	5
4	6	5	6
6	5	6	5
5	5	6	5
5	5	5	5
4	5	5	5
5	5	6	5
4	5	5	5
5	6	5	6
4	4	4	4
5	6	6	6
5	5	5	5
4	5	5	5
5	6	6	6
5	5	4	5
5	5	4	5
4	4	4	4
4	5	6	5
5	5	6	5
5	5	5	6
5	6	5	6
5	5	5	5
4	4	5	5
4	4	5	4

2. *Electronic Word of Mouth (eWOM)*

<i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i>			
EWOM1	EWOM2	EWOM3	EWOM4
5	5	5	5
6	6	6	6
5	5	5	6
5	5	5	5

5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
4	4	5	4
5	5	5	5
6	6	6	6
5	5	5	4
5	5	5	5
6	6	6	6
5	5	5	5
5	6	5	5
5	6	5	5
5	5	4	5
5	5	5	5
6	5	5	5
5	5	5	5
5	5	4	5
5	5	5	5
6	6	6	6
5	5	5	5
5	6	5	5
5	5	4	5
4	5	4	5
6	6	6	6
4	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
5	4	5	4
5	5	5	5
6	6	6	6
5	5	5	5
6	6	6	6
5	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
4	5	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5
5	4	4	4

5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
6	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
6	6	5	6
5	5	6	5
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	6	5
5	5	5	5
6	5	5	5
6	5	5	6
4	5	5	5
5	5	5	5
5	6	5	5
5	5	6	5
6	6	6	6
5	5	6	6
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
6	5	6	6
6	6	6	6
4	4	4	4
4	4	5	4
5	6	6	6
6	5	5	5
5	5	6	5
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	3	4
3	4	3	3
5	5	5	5
4	5	5	5
3	4	3	3
5	5	5	5
4	5	5	5
5	5	6	6

5	5	5	5
5	5	5	5
6	6	5	5
5	5	5	5
6	6	6	6
3	4	3	3
6	6	6	6
6	6	6	6
5	5	5	5
4	3	4	4
6	6	6	6
5	4	4	4
5	5	5	5
5	6	6	6
6	6	6	6
6	5	5	5
6	5	5	5
5	5	5	5
5	6	5	5
6	5	6	5
4	3	4	3
5	5	4	5
5	5	5	5
5	5	6	5
5	6	5	5
5	5	5	5
5	4	5	5
5	5	4	5
6	6	5	6
5	5	5	5
6	5	6	6
6	6	5	6
5	5	4	5
5	4	5	5
5	5	5	5
5	5	6	5
6	5	5	5
5	6	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	6	5
5	5	5	5
5	6	5	5
4	5	5	4

6	5	6	6
6	5	5	5
5	5	5	5
6	5	6	6
5	5	5	5
5	6	5	5
5	4	4	4
5	6	5	5
5	6	5	5
5	5	5	5
6	5	5	6
5	5	5	5
4	4	5	4
5	4	4	4

3. *Perceived Value (PV)*

<i>Perceived Value (PV)</i>							
PV1	PV2	PV3	PV4	PV5	PV6	PV7	PV8
4	5	5	5	5	4	5	5
6	6	5	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	6	6	5	5	6	5	5
5	6	5	5	5	5	4	5
5	5	5	6	5	5	5	6
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	4	5	5	5	4	4
4	5	5	5	5	5	5	6
5	6	5	6	5	6	6	6
4	5	5	5	5	4	4	5
5	5	6	5	6	6	6	5
6	6	4	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	4	5	5
5	5	5	5	5	6	5	4
6	5	5	6	5	6	5	5
5	5	5	5	5	6	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	6	5	5	6	5	5	5
5	5	5	4	5	5	4	5
5	5	5	4	5	4	5	5
6	5	5	5	5	5	5	6

5	6	5	5	6	6	5	6
5	6	5	5	5	5	6	5
6	5	6	5	5	6	6	5
4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	6	5	6	6	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	5	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5
4	5	5	5	5	4	5	5
5	6	5	5	5	6	5	5
5	5	4	4	5	4	4	5
4	5	4	4	5	5	4	5
6	6	5	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	6	6	5	6	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4	4	4
5	5	4	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	6	5
5	5	5	5	5	6	5	5
6	5	6	5	5	5	5	6
3	3	4	4	3	3	3	4
5	5	5	5	5	6	5	5
5	5	5	6	5	6	6	6
5	6	5	5	5	6	5	5
5	5	5	4	5	5	4	4
5	5	5	4	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	4	4
4	5	5	5	5	5	5	6
6	6	5	5	6	6	5	6
4	5	4	5	4	4	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5
6	5	5	6	5	6	5	5
5	5	6	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	4
5	4	5	5	4	5	5	5
6	5	5	5	5	6	6	5
4	5	5	4	4	5	5	4
5	6	5	5	5	5	5	5

6	6	5	6	6	5	6	6
4	5	6	6	5	6	6	5
4	5	5	5	5	4	4	5
5	6	5	6	5	5	6	6
6	6	5	6	6	6	6	6
6	6	6	6	5	5	6	6
6	5	5	6	5	6	6	6
4	5	4	4	5	5	5	4
6	5	5	6	5	6	5	5
5	5	5	5	5	6	6	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4	3	4
3	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	5	4	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	5	6	5	6
5	5	4	5	4	5	5	5
4	5	5	4	5	5	5	5
6	6	5	5	6	6	6	6
5	5	5	4	5	5	5	4
6	6	6	4	6	6	6	4
4	4	4	4	4	4	4	3
3	4	3	3	3	4	4	3
3	4	3	3	3	4	3	4
4	5	5	4	5	5	5	4
4	4	5	4	3	4	4	4
5	5	6	6	6	5	6	6
5	4	4	4	5	4	4	5
5	5	6	6	5	6	6	6
6	5	5	5	6	5	5	6
3	4	3	3	3	4	3	4
3	4	3	3	4	4	4	4
5	5	5	6	6	5	5	5
5	4	4	3	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	5	5
4	5	5	4	5	5	5	4
4	4	3	3	4	3	3	4

5	5	5	6	6	5	5	5
6	5	5	4	6	6	6	6
5	5	5	4	6	5	5	6
6	6	6	6	5	5	5	6
4	5	5	5	4	5	4	4
5	6	4	3	4	4	3	4
4	5	4	4	4	5	4	4
6	5	5	5	5	5	5	6
4	4	5	4	5	4	4	5
5	6	5	5	5	5	5	5
6	6	5	6	5	6	6	6
5	5	6	5	5	6	5	5
5	4	4	4	5	5	4	5
5	5	6	4	5	5	5	5
4	4	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	6	5	5	5
5	6	5	5	5	6	5	6
5	5	4	4	4	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	4
5	6	6	5	6	5	6	6
4	5	5	4	5	5	5	4
5	5	6	5	5	6	5	5
4	5	4	4	4	5	4	4
6	5	5	5	6	5	5	5
4	5	4	4	4	5	4	5
5	5	6	5	5	6	5	5
6	5	5	5	6	5	5	5
4	4	5	4	5	5	5	4
5	5	5	4	5	5	5	4
5	5	4	5	4	5	5	5
4	5	4	4	5	5	5	4
5	5	6	6	6	6	6	5
5	5	4	5	4	5	5	5
6	5	5	6	5	6	5	5
5	5	4	4	5	4	5	4
4	5	4	4	5	4	4	5
4	4	5	4	4	4	4	5

4. *Trust* (TR)

<i>Trust</i> (TR)					
TR1	TR2	TR3	TR4	TR5	TR6
6	5	5	4	4	4
6	6	6	6	5	6

5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	6	5	6	6
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	6	5
5	5	6	6	6	5
4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	5
6	6	5	5	5	5
4	6	6	6	5	4
4	4	5	5	5	5
5	4	5	5	4	6
4	4	4	4	5	5
3	4	5	5	6	5
5	6	3	4	3	3
6	4	4	4	4	6
6	5	4	5	5	4
5	5	6	5	6	6
6	5	5	4	3	3
5	5	5	4	4	5
4	4	4	4	3	3
5	5	5	5	6	5
5	5	5	4	5	5
5	5	6	6	6	6
6	5	5	6	5	5
4	4	4	4	4	4
2	1	4	4	4	4
6	6	6	6	5	5
4	4	4	4	3	3
5	5	5	6	5	6
4	6	6	6	6	3
5	5	5	5	4	6
5	4	5	5	5	6
1	4	4	4	4	2
4	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6
4	5	5	5	5	3
4	5	5	5	6	6
4	4	4	5	6	4
6	5	5	5	5	4
4	4	4	4	3	3
4	5	4	4	4	5
4	5	4	4	4	4

5	5	5	5	5	6
4	5	5	6	6	6
4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	4	5
3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	6	6	6	6
5	6	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5
2	2	3	3	3	3
5	4	5	5	3	3
6	5	5	5	5	5
5	6	6	5	5	6
5	4	5	4	5	5
5	4	4	5	4	5
4	5	5	5	5	4
5	6	5	5	4	6
5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	6	5	6
5	6	5	5	6	5
4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	5
1	1	1	1	1	2
6	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4
4	5	4	6	5	6
5	5	6	5	6	6
5	5	5	5	5	5
6	4	6	6	6	6
5	4	4	4	5	4
5	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5
5	6	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5
4	3	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	3	4
4	3	4	4	3	4
4	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4

5	5	5	5	5	4
5	6	6	6	5	5
4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5
2	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4
6	6	6	6	6	6
4	3	4	4	3	3
4	3	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4
3	3	3	3	3	3
5	5	5	6	5	5
4	2	2	2	2	2
4	5	4	5	6	5
5	6	4	4	4	6
4	3	4	4	4	4
5	4	4	4	2	3
5	5	5	5	6	6
4	4	4	4	4	5
3	4	5	5	4	5
5	5	4	4	6	5
2	2	2	2	3	3
5	6	5	5	6	5
5	6	5	5	5	6
5	6	6	5	6	5
6	5	6	5	5	5
5	4	5	5	4	4
3	2	3	3	3	3
4	5	4	4	6	4
5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4
5	6	5	5	4	5
6	6	6	6	6	5
5	6	6	6	5	6
3	4	5	5	4	5
5	4	5	5	6	5
4	5	5	5	4	4
4	4	4	5	5	4
5	6	5	6	4	5
5	5	5	5	5	5
5	2	5	5	4	5
6	5	6	6	6	5
4	5	5	5	5	5

5	6	5	5	6	5
4	3	4	4	5	4
5	6	5	5	5	6
5	3	3	3	2	3
5	5	6	6	5	5
5	6	5	5	5	6
5	5	4	4	4	4
5	5	4	5	6	6
5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4
6	5	6	6	5	5
5	6	5	5	4	6
4	5	5	5	6	5
6	5	5	6	5	5
4	4	5	4	4	3
4	4	4	4	4	3

5. *Purchase Intention (PI)*

<i>Purchase Intention (PI)</i>					
PI1	PI2	PI3	PI4	PI5	PI6
6	5	5	6	6	5
5	6	6	6	5	6
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	3	5
5	6	5	5	6	6
4	4	4	4	2	4
6	5	5	6	4	5
5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	4
5	5	4	5	4	5
5	5	6	5	5	5
6	5	6	4	6	4
5	4	4	5	4	5
6	5	6	6	5	6
5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	5
5	6	3	4	4	3
4	5	6	5	6	4
5	4	5	4	3	4
6	5	5	5	5	6

5	6	3	3	3	4
6	6	5	6	5	6
4	4	3	4	2	4
5	5	6	6	5	5
6	6	5	6	5	5
6	6	6	6	6	6
6	5	6	5	6	5
5	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	6	5	6	4	6
5	4	5	6	5	6
5	5	5	6	5	5
5	5	5	5	6	6
1	3	4	4	1	3
6	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6
6	6	5	5	6	6
5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	4	6
6	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5
6	3	4	4	6	4
5	5	5	5	5	5
5	5	6	6	5	5
5	4	5	6	6	6
6	6	5	6	4	6
6	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4
6	6	5	6	6	5
6	6	6	6	6	6
5	6	5	5	6	5
5	6	5	5	5	5
6	5	4	4	4	4
5	5	5	5	3	5
6	6	5	6	5	6
6	5	5	5	6	6
6	4	4	4	5	5
6	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5
6	5	5	5	5	6
5	6	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5

6	6	5	5	4	6
5	6	5	6	6	5
5	5	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	2	2	1	3
4	5	5	5	4	5
5	5	4	4	4	4
5	6	6	5	6	5
5	6	6	6	6	6
6	6	6	5	5	5
5	6	5	6	6	6
4	5	4	4	4	4
6	6	6	6	6	6
6	6	5	6	6	5
5	5	5	5	4	5
5	6	5	5	4	5
4	4	3	4	3	4
6	5	5	5	5	5
4	4	3	4	3	4
4	4	3	4	3	4
5	5	5	5	2	5
5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5
5	6	6	6	6	5
5	3	5	5	4	5
5	5	6	6	5	6
6	6	6	6	4	5
3	3	3	4	3	4
6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	4	6
6	6	6	6	4	6
4	4	4	4	4	4
4	5	3	3	2	3
6	6	6	6	5	6
4	5	6	6	6	6
5	4	5	5	5	6
6	5	6	5	4	6
6	6	6	6	4	6
6	5	5	6	5	5
5	5	5	4	4	4

6	6	5	5	6	4
4	3	5	4	5	5
5	5	5	6	4	5
1	3	4	4	4	3
5	6	5	5	4	5
5	6	5	5	4	6
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	2	4
6	5	6	6	6	6
4	5	4	4	4	5
6	5	5	5	6	5
4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	5
6	6	5	6	6	6
5	4	6	5	5	6
6	5	5	5	6	5
6	5	5	5	5	6
5	5	4	4	5	5
6	6	6	5	6	5
5	6	5	5	5	6
6	5	5	5	5	5
6	4	4	5	4	5
5	6	6	5	5	6
6	6	6	5	5	5
4	3	5	5	6	5
5	5	5	5	5	5
4	5	5	6	5	5
5	6	5	5	6	5
5	4	5	6	6	6
4	5	5	6	5	5
5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	6
5	5	5	5	5	5
5	6	5	5	5	5
6	6	6	5	5	5
3	4	5	5	6	5
6	5	5	6	5	6
4	5	5	4	4	5
3	3	4	4	4	4
5	4	5	5	3	4

Lampiran 11. Cindy Claudya Oktaviani_Turnitin

Cindy Claudya_PB_124			
ORIGINALITY REPORT			
30%	27%	14%	13%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	indojurnal.com Internet Source		10%
2	Submitted to UPN Veteran Yogyakarta Student Paper		2%
3	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper		1%
4	dspace.uil.ac.id Internet Source		1%
5	eprints.upj.ac.id Internet Source		1%
6	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source		1%
7	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper		<1%
8	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source		<1%
9	ideas.repec.org Internet Source		<1%
10	repository.fe.unj.ac.id Internet Source		<1%
11	Submitted to Erciyes Üniversitesi Student Paper		<1%
12	repo.darmajaya.ac.id Internet Source		<1%
13	Submitted to Binus University International Student Paper		<1%
14	kc.umn.ac.id Internet Source		<1%

Lampiran 12. Riwayat Hidup Penulis



Cindy Claudya Oktaviani lahir di Jakarta pada tanggal 5 Oktober 2004 sebagai anak ke-2 dari 3 bersaudara.. Penulis menempuh pendidikan dasar di SDK 3 Penabur dan lulus pada tahun 2016. Pendidikan menengah pertama diselesaikan di SMP Santo Leo 2 pada tahun 2019, kemudian melanjutkan pendidikan menengah atas/kejuruan di SMAN 33 Jakarta dengan jurusan bahasa hingga lulus pada tahun 2022.

Pada tahun 2022, penulis diterima di Universitas Negeri Jakarta melalui jalur SBMPTN pada Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi. Selama menjalani masa perkuliahan, penulis aktif mengembangkan potensi akademik dan nonakademik melalui keterlibatan dalam berbagai organisasi dan kepanitiaan kampus. Penulis tercatat pernah berkontribusi aktif sebagai panitia Pelatihan Keterampilan Mahasiswa Prodi Ekonomi Administrasi (PKMP EA) pada tahun 2023 di bidang konsumsi, menjadi fasilitator dalam kepanitiaan Jurnalistik pada tahun 2024, serta dipercaya sebagai sie acara dalam seminar Praktisi Mengajar dan Pengenalan Kehidupan Kampus bagi Mahasiswa Baru Fakultas Ekonomi (PKKMB FE) Universitas Negeri Jakarta pada tahun 2024.

Selain aktif dalam kepanitiaan, penulis juga memperluas wawasan profesional dan kewirausahaan melalui berbagai program strategis. Pada semester 5, penulis berkesempatan mengikuti program Wirausaha Merdeka (WMK) "Wira Wiri UNJ" selama 5 bulan dan dipercaya memegang posisi sebagai *Team Leader*. Dalam program tersebut, kelompok yang dipimpin oleh penulis berhasil meraih prestasi sebagai Juara 2 dalam kompetisi *business simulation* MonsoonSIM. Pengalaman praktis penulis berlanjut di semester 6 melalui program magang sebagai *Business Development* (BD) di Seiso. Selanjutnya, pada semester 7, penulis melaksanakan program Praktik Keterampilan Mengajar (PKM) sebagai guru praktikan pemasaran di SMKN 45 Jakarta. Berkat kinerja dan profesionalisme yang ditunjukkan sebelumnya, penulis kembali dipercaya dan

dipanggil oleh PT Seiso Esa Indosolusi untuk bekerja kembali pada semester 8 sembari menyelesaikan penyusunan skripsi.

