

LAMPIRAN-LAMPIRAN

LAMPIRAN 01: KETENTUAN SKOR TERTINGGI, SKOR TERENDAH DAN INTERVAL RENTANGAN SKOR KUESIONER AWAL DAN KUESIONER SECARA TOTAL VARIABEL DAYA TARIK IKLAN, DISKON DAN PEMBELIAN IMPULSIF

Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal Daya Tarik Iklan.

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal:

- (1) Apabila jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
- (2) Apabila jawaban Setuju (S) diberi skor 4
- (3) Apabila jawaban Netral (N) diberi skor 3
- (4) Apabila jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- (5) Apabila jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1
- (a) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden
- (b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

$$\text{Nilai Tertinggi} = 5$$

$$\text{Nilai Terendah} = 1$$

$$\text{Jumlah Pertanyaan} = 5$$

$$\text{Jumlah Responden} = 1$$

$$\text{Skor Tertinggi} = 5 \times 5 \times 1 = 25$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 5 \times 1 = 5$$

$$\text{Interval} = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{5} = \frac{25-5}{5} = 4$$

$$\text{Interval} = 5$$

Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
21-25	Sangat Tinggi
16-20	Tinggi
11-15	Sedang

6-10	Rendah
1-5	Sangat Rendah



Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal Diskon.

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner

Awal:

- (1) Apabila jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
- (2) Apabila jawaban Setuju (S) diberi skor 4
- (3) Apabila jawaban Netral (N) diberi skor 3
- (4) Apabila jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- (5) Apabila jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1
- (a) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden
- (b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai Tertinggi} &= 5 \\
 \text{Nilai Terendah} &= 1 \\
 \text{Jumlah Pertanyaan} &= 4 \\
 \text{Jumlah Responden} &= 1 \\
 \text{Skor Tertinggi} &= 5 \times 4 \times 1 = 20 \\
 \text{Skor Terendah} &= 1 \times 4 \times 1 = 4 \\
 \text{Interval} &= \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{5} = \frac{20-4}{5} = 3,2 = 3
 \end{aligned}$$

Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
17-20	Sangat Tinggi
13-16	Tinggi
9-12	Sedang
5-8	Rendah
1-4	Sangat Rendah

Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal Pembelian Impulsif.

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner

Awal:

- (1) Apabila jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
- (2) Apabila jawaban Setuju (S) diberi skor 4
- (3) Apabila jawaban Netral (N) diberi skor 3
- (4) Apabila jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- (5) Apabila jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1
- (a) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden
- (b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai Tertinggi} &= 5 \\
 \text{Nilai Terendah} &= 1 \\
 \text{Jumlah Pertanyaan} &= 4 \\
 \text{Jumlah Responden} &= 1 \\
 \text{Skor Tertinggi} &= 5 \times 4 \times 1 = 20 \\
 \text{Skor Terendah} &= 1 \times 4 \times 1 = 4 \\
 \text{Interval} &= \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{5} = \frac{20-4}{5} = 3,2 = 3
 \end{aligned}$$

Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
17-20	Sangat Tinggi
13-16	Tinggi
9-12	Sedang
5-8	Rendah
1-4	Sangat Rendah

LAMPIRAN 02: KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN
DISKON TERHADAP PEMBELIAN
IMPULSIF PADA PENGGUNA
MARKETPLACE SHOPEE
MAHASISWA PRODI
MANAJEMEN UNDIKSHA**

PENGANTAR

Kepada:

Yth. Saudara/saudari

Hal: Pengisian Kuesioner

Dengan hormat,

Dengan rangka menyelesaikan studi di Universitas Pendidikan Ganesha, Program studi Manajemen, dengan ini saya mengadakan penelitian “**Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Diskon terhadap Pembelian Impulsif pada Pengguna Marketplace Shopee Mahasiswa Prodi Manajemen Undiksha**”.

Maka dengan ini, saya mohon kesediaan Saudara/saudari untuk berkenan mengisi kuisisioner ini. Atas kesediaan dan bantuan Saudara/saudari yang turut berpartisipasi dalam mengisi kuisisioner penelitian ini, saya mengucapkan terimakasih.

Singaraja, 17 Oktober 2021

Peneliti

Ketut Ria Artini

NIM. 1817041251

(1) Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : () Laki-laki () Perempuan
3. Umur :
4. Apakah Anda pernah berbelanja pada *marketplace* Shopee?
() Iya () Tidak

Jika Anda menjawab Iya, silakan lanjutkan mengisi kuesioner, namun jika menjawab Tidak, silakan berhenti untuk mengisi kuesioner.

5. Frekuensi Pembelian : () 1-5 kali () 6-10 kali () > 10kali

(2) Kriteria Responden

- (1) Konsumen pengguna *marketplace* Shoppe.
- (2) Responden pernah melakukan transaksi pada Shopee selama 1 tahun terakhir.
- (3) Mahasiswa Prodi Manajemen semester 7 Undiksha.

(4) Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pilihlah salah satu alternatif jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan keadaan yang anda alami dengan memberikan tanda centang (√) pada kolom alternatif yang disediakan.

Keterangan jawaban sebagai berikut:

- (SS) : Sangat Setuju
 (S) : Setuju
 (N) : Netral
 (TS) : Tidak Setuju
 (STS) : Sangat Tidak Setuju

(5) Draft Pertanyaan

- a. Pembelian impulsif

No	Pernyataan	Tanggapan				
		SS	S	N	TS	STS

	Pembelian impulsif (Y)	5	4	3	2	1
1	Saya melakukan pembelian pada Shopee secara impulsif karena adanya gejala yang muncul pada saat membeli produk.					
2	Saya melakukan pembelian ketika melihat iklan Shopee yang menarik mengenai produk tersebut.					
3	Saya setuju, setelah saya melihat produk, tata cara pemakaian dan kegunaannya. Muncul ketertarikan atas produk tersebut dan saya memutuskan untuk melakukan pembelian.					
4	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada Shopee karena memperoleh penawaran harga spesial.					

b. Daya Tarik Iklan

No	Pernyataan	Tanggapan				
		SS	S	N	TS	STS
	Daya Tarik Iklan (X_1)	5	4	3	2	1
1	Iklan Shopee memiliki tampilan iklan yang menarik karena menggunakan suara, gambar dan video yang kreatif.					
2	Iklan Shopee memiliki daya tarik dan keunikan tersendiri, sehingga mampu menarik minat konsumen.					
3	Saya setuju iklan Shopee memiliki isi pesan iklan yang jelas, sehingga informasi yang diterima lengkap dan benar.					
4	Iklan Shopee menggunakan bahasa yang mudah dimengerti, karena kalimat yang digunakan singkat, padat dan jelas.					
5	Ketika menonton iklan mengenai produk yang ditampilkan, muncul					

	keinginan untuk membeli produk tersebut.					
--	--	--	--	--	--	--

c. Diskon

No	Pernyataan	Tanggapan				
	Diskon (X ₂)	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Ketika konsumen memperoleh diskon maka konsumen tersebut membeli dalam jumlah yang banyak.					
2	Diskon bertujuan untuk mengantisipasi promosi pesaing.					
3	Diskon diberikan untuk mendukung perdagangan dalam jumlah yang besar.					
4	Saya senang membeli produk yang sedang diskon karena dapat menghemat pengeluaran.					

LAMPIRAN 03: GAMBARAN UMUM RESPONDEN**HASIL DATA GAMBARAN UMUM RESPONDEN**

No	Nama Responden	Jenis Kelamin	Status
1	Putu Sri Widana	Laki-laki	Mahasiswa
2	Anita Soraya	Perempuan	Mahasiswa
3	Gusti Ayu Putu Sri Lestari	Perempuan	Mahasiswa
4	Ni Kadek Ayu Paramita	Perempuan	Mahasiswa
5	Luh Rismayani	Perempuan	Mahasiswa
6	Lina Farida	Perempuan	Mahasiswa
7	I Putu Wira Adi Kusuma	Laki-laki	Mahasiswa
8	Luh Indah Apriliani	Perempuan	Mahasiswa
9	Pande Luh Dwi Trikayanti	Perempuan	Mahasiswa
10	Luh Putu Santika Dewi	Perempuan	Mahasiswa
11	Putu Candra Wiastuti	Perempuan	Mahasiswa
12	Gali Widya	Laki-laki	Mahasiswa
13	Gina Velina	Perempuan	Mahasiswa
14	Ni Komang Sri Nyustarini Mila Ningrun	Perempuan	Mahasiswa
15	Ni Made Suryadewi	Perempuan	Mahasiswa
16	Ketut Warini	Perempuan	Mahasiswa
17	Kadek Yani Safitri	Perempuan	Mahasiswa
18	Milleni Chovina Devi	Perempuan	Mahasiswa
19	Luh Ayu Dewi Candrawati	Perempuan	Mahasiswa
20	Nova Rini	Perempuan	Mahasiswa
21	Kadek Dwi Rama Saputra	Laki-laki	Mahasiswa
22	Wayan Tirta	Laki-laki	Mahasiswa
23	Luh Vira Sapitriani	Perempuan	Mahasiswa
24	Ida Ayu Sanistri Sanjiwani	Perempuan	Mahasiswa
25	Made Novianti Putri	Perempuan	Mahasiswa
26	Gede Sukadana	Laki-laki	Mahasiswa
27	Kadek Ayu Pramita Dewi	Perempuan	Mahasiswa
28	I Gede Aldi Saputra Darmawan	Laki-laki	Mahasiswa
29	I Kadek Deny Mahaputra	Laki-laki	Mahasiswa
30	Putu Ayu Anggarwati	Perempuan	Mahasiswa
31	Gede Hendri Dana Kuriawan	Laki-laki	Mahasiswa
32	Ni Ketut Icha Adi Widyanti	Perempuan	Mahasiswa
33	Komang Diah Urmila Savitri	Perempuan	Mahasiswa
34	Sagita Ramadhanti	Perempuan	Mahasiswa
35	Komang Suwarsana	Laki-laki	Mahasiswa
36	Putri Dewi Aulia	Perempuan	Mahasiswa
37	Luh Diah Sekar Asih	Perempuan	Mahasiswa
38	Kusuma Rajasa	Laki-laki	Mahasiswa

39	Putri Kartika Weda Utami	Perempuan	Mahasiswa
40	Luh Ayu Myra Marthia Dewi	Perempuan	Mahasiswa
41	Putu Ayu Apriliani	Perempuan	Mahasiswa
42	Kadek Pitarini	Perempuan	Mahasiswa
43	Eka Restu	Laki-laki	Mahasiswa
44	Ni Kadek Dani Maryanti	Perempuan	Mahasiswa
45	Putu Tiffany Teressa	Perempuan	Mahasiswa
46	Gede Bagus Pradnya Sanjaya	Laki-laki	Mahasiswa
47	Vica Tunastini	Perempuan	Mahasiswa
48	Ni Putu Eka Putri Wahyuni	Perempuan	Mahasiswa
49	Putri Nadia	Perempuan	Mahasiswa
50	Kadek Lia Apriliani	Perempuan	Mahasiswa
51	Ni Putu Adnyaswari	Perempuan	Mahasiswa
52	Agus Prasetyo	Laki-laki	Mahasiswa
53	Putu Agus Arta Setiawan	Laki-laki	Mahasiswa
54	Putra Perbawa Dharma Yoga	Laki-laki	Mahasiswa
55	Ketut Novatika Marsely	Perempuan	Mahasiswa
56	Ni Kadek Bonita Rosi	Perempuan	Mahasiswa
57	Kellyna Marshanda	Perempuan	Mahasiswa
58	Ni Luh Gede Elik Damayanti	Perempuan	Mahasiswa
59	Ni Putu Amilya Permata Sari	Perempuan	Mahasiswa
60	Putu Ratu Divatni	Perempuan	Mahasiswa
61	Kalyana	Perempuan	Mahasiswa
62	Sisilia Maharani	Perempuan	Mahasiswa
63	Gede Agus Indrawan	Laki-laki	Mahasiswa
64	Ida Bagus Hary Arindra	Laki-laki	Mahasiswa
65	Agus Bina Putra	Laki-laki	Mahasiswa
66	Dhea Serly Selviyanti	Perempuan	Mahasiswa
67	Jana Setiawan	Laki-laki	Mahasiswa
68	I Kadek Agus Dana	Laki-laki	Mahasiswa
69	Baiq Nanda	Perempuan	Mahasiswa
70	I Gede Diki Pratama	Laki-laki	Mahasiswa
71	Indah Febriyani Putri Artini	Perempuan	Mahasiswa
72	Kadek Ari Karismayani	Perempuan	Mahasiswa
73	Ni Putu Nina Wigunartini	Perempuan	Mahasiswa
74	Meilani Dithania	Perempuan	Mahasiswa
75	I Komang Ari Santika	Laki-laki	Mahasiswa
76	Windy Aprilia	Perempuan	Mahasiswa
77	Kenny	Laki-laki	Mahasiswa
78	Sucipta	Laki-laki	Mahasiswa
79	Wayan Tasya Kapati Wadhaniah	Perempuan	Mahasiswa
80	Ni Kadek Nadya Aprillia	Perempuan	Mahasiswa

LAMPIRAN 04: HASIL DATA INTERVAL PERNYATAAN RESPONDEN VARIABEL DAYA TARIK IKLAN (X_1), DISKON (X_2) DAN PEMBELIAN IMPULSIF (Y)

No	Daya Tarik Iklan					Total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
1	5	5	3	3	3	19
2	4	4	3	3	3	17
3	3	3	3	4	4	17
4	3	3	3	4	4	17
5	3	3	3	4	4	17
6	5	5	3	3	3	19
7	4	4	3	3	3	17
8	4	4	4	3	3	18
9	3	3	4	4	3	17
10	4	4	3	3	3	17
11	3	3	5	4	4	19
12	4	4	3	3	3	17
13	5	5	3	3	3	19
14	4	4	3	3	3	17
15	5	5	4	4	2	20
16	5	5	3	3	3	19
17	3	3	3	5	5	19
18	4	4	4	3	3	18
19	4	5	4	3	3	19
20	5	4	5	5	3	22
21	4	4	3	3	3	17
22	3	3	4	4	4	18
23	5	4	4	3	5	21
24	4	4	4	4	5	21
25	4	5	4	5	5	23
26	3	3	3	3	3	15
27	5	5	5	5	5	25
28	4	5	5	4	3	21
29	4	4	4	4	4	20
30	5	5	4	4	4	22
31	3	3	4	4	4	18
32	4	4	5	4	5	22
33	4	5	5	3	3	20
34	4	5	5	3	3	20
35	4	4	4	3	3	18
36	5	4	4	5	3	21
37	4	5	4	5	4	22

38	5	4	4	5	5	23
39	5	5	5	4	4	23
40	4	4	4	4	4	20
41	4	5	4	4	4	21
42	4	4	3	3	3	17
43	4	4	3	3	3	17
44	4	4	5	5	5	23
45	4	4	3	4	3	18
46	5	5	5	5	5	25
47	5	5	4	5	3	22
48	4	4	5	4	5	22
49	4	4	4	4	4	20
50	4	5	5	5	4	23
51	5	4	4	5	3	21
52	4	4	4	4	3	19
53	5	5	4	4	4	22
54	5	4	4	5	2	20
55	4	4	4	4	4	20
56	5	5	4	4	5	23
57	4	5	4	4	5	22
58	5	5	5	5	4	24
59	5	5	4	4	4	22
60	5	4	4	5	3	21
61	4	5	4	5	4	22
62	3	3	2	4	2	14
63	3	3	3	3	3	15
64	5	5	4	4	5	23
65	4	4	3	3	3	17
66	3	3	3	3	3	15
67	4	4	3	3	3	17
68	3	3	4	4	2	16
69	3	3	3	3	3	15
70	3	3	2	2	2	12
71	4	4	2	3	3	16
72	5	5	3	3	3	19
73	3	3	2	2	2	12
74	4	4	3	3	3	17
75	4	4	2	2	2	14
76	4	4	3	3	3	17
77	2	2	3	4	4	15
78	3	3	3	2	2	13
79	3	3	2	2	2	12
80	3	3	3	2	2	13

No	Diskon				Total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	
1	4	5	4	5	18
2	4	3	3	4	14
3	4	4	4	4	16
4	4	5	5	4	18
5	4	4	3	3	14
6	4	3	3	4	14
7	5	4	4	5	18
8	3	4	3	4	14
9	4	3	4	3	14
10	4	4	4	3	15
11	4	4	5	5	18
12	5	3	4	3	15
13	4	4	4	4	16
14	4	5	4	5	18
15	4	4	4	4	16
16	5	3	5	3	16
17	5	5	5	5	20
18	5	3	5	3	16
19	4	3	4	3	14
20	5	4	5	4	18
21	4	5	5	5	19
22	4	4	4	5	17
23	5	4	4	5	18
24	5	4	4	5	18
25	5	5	5	5	20
26	4	4	5	5	18
27	5	5	5	5	20
28	4	5	4	5	18
29	4	4	4	4	16
30	5	5	5	5	20
31	5	4	5	5	19
32	5	4	5	5	19
33	4	5	4	5	18
34	4	5	4	5	18
35	4	3	4	3	14
36	5	4	4	5	18
37	4	4	5	4	17
38	4	4	5	5	18
39	4	4	4	4	16

40	4	4	4	5	17
41	5	5	5	5	20
42	5	4	4	5	18
43	5	4	4	5	18
44	5	4	4	5	18
45	4	4	4	4	16
46	5	5	5	5	20
47	4	5	5	4	18
48	4	5	5	5	19
49	5	5	5	5	20
50	5	5	5	5	20
51	5	4	4	5	18
52	4	3	4	3	14
53	4	4	4	4	16
54	4	4	4	5	17
55	5	5	5	5	20
56	4	4	4	5	17
57	5	5	5	4	19
58	4	4	5	5	18
59	4	4	5	5	18
60	5	5	4	5	19
61	4	3	3	5	15
62	4	5	4	5	18
63	4	4	4	5	17
64	4	4	4	4	16
65	4	4	5	5	18
66	4	4	4	4	16
67	4	5	4	5	18
68	5	5	5	5	20
69	4	5	5	4	18
70	4	3	4	3	14
71	5	5	5	5	20
72	5	4	4	5	18
73	5	4	5	5	19
74	5	4	4	5	18
75	5	4	4	4	17
76	5	5	5	5	20
77	4	3	4	3	14
78	5	3	3	5	16
79	4	3	4	3	14
80	4	4	3	3	14

No	Pembelian Impulsif				Total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	
1	3	4	3	5	15
2	3	2	3	4	12
3	4	4	4	4	16
4	4	4	3	4	15
5	4	4	4	4	16
6	4	4	4	4	16
7	4	5	4	5	18
8	2	3	4	4	13
9	4	4	4	3	15
10	3	3	3	3	12
11	3	4	5	5	17
12	3	4	5	5	17
13	3	4	3	3	13
14	3	3	3	4	13
15	4	3	3	4	14
16	5	5	5	5	20
17	4	5	5	5	19
18	2	4	3	4	13
19	3	4	4	5	16
20	4	5	4	5	18
21	5	5	5	5	20
22	3	3	3	4	13
23	5	4	4	4	17
24	4	4	4	5	17
25	4	5	5	5	19
26	3	5	5	5	18
27	5	5	5	5	20
28	3	3	3	4	13
29	4	4	4	4	16
30	5	5	5	5	20
31	5	5	5	5	20
32	4	4	4	5	17
33	2	3	4	5	14
34	3	3	3	5	14
35	4	5	4	4	17
36	3	4	3	5	15
37	4	4	5	5	18
38	3	4	3	5	15
39	4	4	5	5	18
40	3	4	4	4	15
41	3	5	5	4	17

42	4	3	4	5	16
43	4	4	4	5	17
44	4	3	4	5	16
45	3	3	4	4	14
46	5	5	5	5	20
47	2	5	4	5	16
48	4	5	5	4	18
49	5	5	5	5	20
50	4	5	4	5	18
51	4	4	3	3	14
52	3	3	4	4	14
53	4	4	4	4	16
54	4	5	4	5	18
55	3	3	4	5	15
56	4	4	4	4	16
57	5	5	5	5	20
58	5	5	5	5	20
59	3	3	4	4	14
60	4	4	4	4	16
61	4	3	5	4	16
62	4	3	3	5	15
63	3	2	4	5	14
64	2	3	4	4	13
65	3	4	4	4	15
66	3	4	4	4	15
67	5	5	5	5	20
68	3	3	3	3	12
69	3	3	4	4	14
70	3	5	4	4	16
71	5	5	5	5	20
72	3	4	4	4	15
73	5	3	5	5	18
74	2	3	3	5	13
75	5	5	5	5	20
76	3	2	4	4	13
77	4	4	4	4	16
78	2	2	1	5	10
79	4	3	4	4	15
80	4	4	4	5	17

**LAMPIRAN 05: HASIL OUTPUT PERHITUNGAN SPSS 20 FOR WINDOWS
DAYA TARIK IKLAN (X₁), DISKON (X₂) DAN PEMBELIAN IMPULSIF (Y).**

HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL DAYA TARIK IKLAN (X₁)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,732	5

HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL DISKON (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,714	4

HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL PEMBELIAN IMPULSIF (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,761	4

HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL DAYA TARIK IKLAN (X₁)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTALX1
X1.1	Pearson Correlation	1	,665**	,420**	,441**	,325**	,797**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,003	,000
	N	80	80	80	80	80	80
X1.2	Pearson Correlation	,665**	1	,375**	,425**	,324**	,776**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,000	,003	,000
	N	80	80	80	80	80	80
X1.3	Pearson Correlation	,420**	,375**	1	,383**	,290**	,682**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001		,000	,009	,000
	N	80	80	80	80	80	80
X1.4	Pearson Correlation	,441**	,425**	,383**	1	,094	,631**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,407	,000
	N	80	80	80	80	80	80
X1.5	Pearson Correlation	,325**	,324**	,290**	,094	1	,637**
	Sig. (2-tailed)	,003	,003	,009	,407		,000
	N	80	80	80	80	80	80
TOTALX1	Pearson Correlation	,797**	,776**	,682**	,631**	,637**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80	80

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



HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL DISKON (X₂)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTALX2
X2.1	Pearson Correlation	1	,190	,372**	,324**	,582**
	Sig. (2-tailed)		,091	,001	,003	,000
	N	80	80	80	80	80
X2.2	Pearson Correlation	,190	1	,482**	,604**	,809**
	Sig. (2-tailed)	,091		,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80
X2.3	Pearson Correlation	,372**	,482**	1	,310**	,725**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,005	,000
	N	80	80	80	80	80
X2.4	Pearson Correlation	,324**	,604**	,310**	1	,800**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,005		,000
	N	80	80	80	80	80
TOTALX2	Pearson Correlation	,582**	,809**	,725**	,800**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80

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



HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL PEMBELIAN IMPULSIF (Y)

		Correlations				
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTALY
Y.1	Pearson Correlation	1	,540**	,572**	,258*	,805**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,021	,000
	N	80	80	80	80	80
Y.2	Pearson Correlation	,540**	1	,587**	,298**	,822**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,007	,000
	N	80	80	80	80	80
Y.3	Pearson Correlation	,572**	,587**	1	,356**	,832**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,000
	N	80	80	80	80	80
Y.4	Pearson Correlation	,258*	,298**	,356**	1	,569**
	Sig. (2-tailed)	,021	,007	,001		,000
	N	80	80	80	80	80
TOTALY	Pearson Correlation	,805**	,822**	,832**	,569**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80

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

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



LAMPIRAN 06: HASIL OUTPUT SPSS ANALISIS DESKRIPTIF**Jenis Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	25	31,3	31,3	31,3
Valid Perempuan	55	68,8	68,8	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Frekuensi_Pembelian

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1-5	27	33,8	33,8	33,8
Valid 6-10	35	43,8	43,8	77,5
> 10	18	22,5	22,5	100,0
Total	80	100,0	100,0	



**LAMPIRAN 07: HASIL UJI ASUMSI KLASIK SPSS 20 FOR WINDOWS DAYA
TARIK IKLAN (X₁), DISKON (X₂) DAN PEMBELIAN
IMPULSIF (Y).**

HASIL UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,10916436
	Absolute	,061
Most Extreme Differences	Positive	,061
	Negative	-,043
Kolmogorov-Smirnov Z		,545
Asymp. Sig. (2-tailed)		,928

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

HASIL UJI MULTIKOLONIERITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,549	2,726		,935	,353		
1 Daya Tarik Iklan	,380	,101	,379	3,774	,000	,969	1,032
Diskon	,326	,124	,264	2,627	,010	,969	1,032

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,607	2,784		,577	,566
1 Daya Tarik Iklan	-,164	,103	-,181	-1,591	,116
Diskon	,120	,127	,107	,942	,349

a. Dependent Variable: LnRes_2



**LAMPIRAN 08: HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA SPSS 20
FOR WINDOWS DAYA TARIK IKLAN (X₁), DISKON (X₂)
DAN PEMBELIAN IMPULSIF (Y).**

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,810 ^a	,656	,645	1,20547	,656	59,064	2	62	,000

a. Predictors: (Constant), Diskon, Daya Tarik Iklan

b. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	171,659	2	85,829	59,064	,000 ^b
	Residual	90,095	62	1,453		
	Total	261,754	64			

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

b. Predictors: (Constant), Diskon, Daya Tarik Iklan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-4,885	2,215		-2,206	,031			
	Daya Tarik Iklan	,450	,084	,511	5,357	,000	,752	,562	,399
	Diskon	,638	,158	,386	4,047	,000	,705	,457	,302

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

RIWAYAT HIDUP



Ketut Ria Artini lahir di Bebetin pada tanggal 06 Desember 1999. Penulis lahir dari pasangan suami istri Made Sukrana dan Luh Sumetri. Penulis berkebangsaan Indonesia dan Beragama Hindu. Penulis beralamat di Br. Tabang, Desa Bebetin, Kecamatan sawan, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali. Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SD Negeri 3 Bebetin dan lulus pada tahun 2012. Kemudian penulis melanjutkan di SMP Negeri 1 Sawan dan lulus pada tahun 2015. Pada tahun 2018 penulis lulus dari SMK Negeri 1 Singaraja dan melanjutkan ke Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen. Pada semester akhir 2022 penulis telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Diskon terhadap Pembelian Impulsif Pada Pengguna *Marketplace* Mahasiswa Prodi Manajemen Undiksha”.

