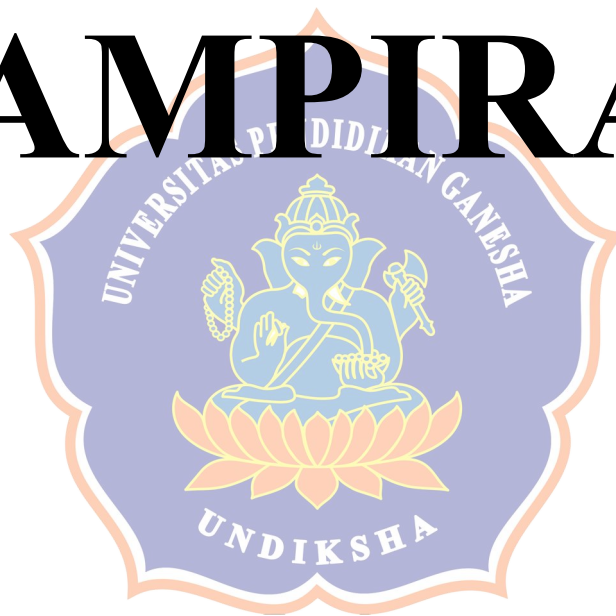


LAMPIRAN



LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat – Surat Penelitian



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS EKONOMI**

Jalan Udayana No. 11 Singaraja-Bali. Telepon : (0362) 26830
Website : <http://www.fe.undiksha.ac.id/>

Nomor : 374/UN48.13.1/PT.01.04/2026

Singaraja, 02 Maret 2026

Lamp. : -

Hal : *Permohonan Data dan Penelitian*

Kepada Yth. **Kepala Desa di Kecamatan Buleleng**
di Tempat

Dengan Hormat,

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha menerangkan bahwa mahasiswa/i tersebut dibawah ini :

Nama : Kadek Dwita Cahayani

NIM : 2217011026

Fakultas : Ekonomi

Jurusan/Prodi. : Pendidikan Ekonomi

Bermaksud mengadakan penelitian lapangan untuk menempuh atau menyusun tugas akhir, skripsi dan melengkapi tugas lainnya. Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon izin agar mahasiswa kami dapat diterima dan diberikan data di tempat yang Bapak/Ibu/Sdr. Pimpin.

Demikian surat ini kami buat agar bisa digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami sampaikan terima kasih.

a.n. Dekan,
Wakil Dekan I,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M. Si.
NIP. 196810291993032001



**Balai
Sertifikasi
Elektronik**

Catatan :

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini tertanda ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BsrE
- Surat ini dapat dibuktikan keasliannya dengan menggunakan *qr code* yang telah tersedia



Singaraja, 5 Maret 2026

No. : B.400.14.5.4 / 1382 / III / DKC / 2026
 Lampiran : -
 Perihal : Permohonan Data dan Penelitian

Kepada
 Yth. Universitas Pendidikan Ganesha
 Fakultas Ekonomi

di-

Tempat

Dengan Hormat, menindaklanjuti surat dari Universitas Pendidikan Ganesha Fakultas Ekonomi Nomor : 374 / UN-48.13.1 / DL/ 2026 Tanggal 3 Maret 2026 perihal Permohonan Data dan Penelitian, dengan ini kami terima permohonan untuk kegiatan tersebut kepada mahasiswa ;

Nama : Kadek Dwita Cahayani
 No. Handphone : 085606237582
 Fakultas : Ekonomi
 Jurusan : Pendidikan Ekonomi

Demikian surat ini kami buat agar dapat digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih..

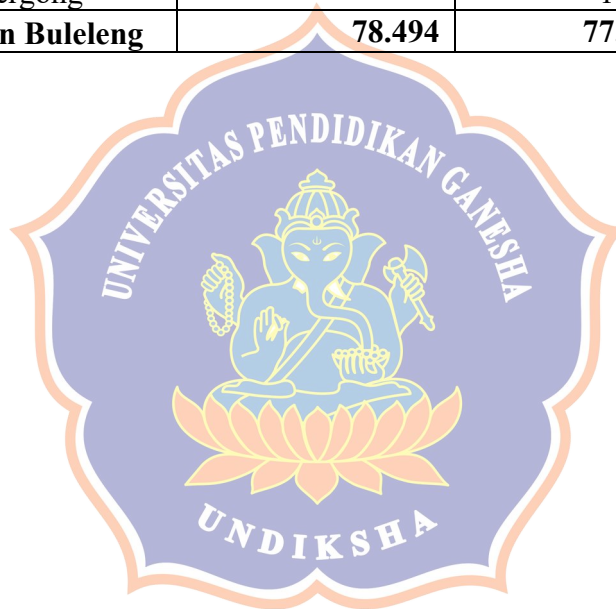


Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSrE

Lampiran 2. Jumlah Masyarakat di Kecamatan Buleleng

Jumlah Penduduk di Kecamatan Buleleng				
No .	Desa/Kelurahan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	Kalibukbuk	3.656	3.636	7.292
2	Anturan	3.348	3.379	6.727
3	Tukad Mungga	2.639	2.520	5.159
4	Pemaron	2.816	2.750	5.566
5	Bakti Seraga	3.386	3.337	6.723
6	Banyuasri	4.921	4.895	9.816
7	Banjar Tegal	2.111	2.091	4.202
8	Paket Agung	1.365	1.335	2.700
9	Beratan	490	480	970
10	Liligundi	886	914	1.800
11	Kampung Singaraja	668	638	1.306
12	Kendran	1.492	1.425	2.917
13	Astina	1.304	1.277	2.581
14	Banjar Jawa	2.834	2.776	5.610
15	Banjar Bali	1.324	1.351	2.675
16	Kampung Kajanan	2.727	2.704	5.431
17	Kaliuntu	2.335	2.371	4.706
18	Kampung Anyar	3.279	3.062	6.341
19	Kampung Bugis	1.856	1.833	3.689
20	Kampung Baru	4.352	4.231	8.583
21	Banyuning	9.498	9.331	18.829

22	Penarukan	6.275	6.241	12.516
23	Jinengdalem	2.972	2.913	5.885
24	Penglatan	2.532	2.517	5.049
25	Petandakan	1.388	1.296	2.684
26	Sari Mekar	2.098	1.994	4.092
27	Nagasepaha	981	982	1.963
28	Alasangker	3.216	3.145	6.361
29	Poh Bergong	1.745	1.643	3.388
Kecamatan Buleleng		78.494	77.067	155.561



Lampiran 3. Kuisioner Penelitian

**PENGARUH PROMOSI DIGITAL TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT PENGGUNA TIKTOK
SHOP DI KECAMATAN BULELENG**

Yth. Bapak/Ibu se-Kecamatan Buleleng

Berkenaan dengan kuesioner ini saya,

Nama : Kadek Dwita Cahayani

Prodi : Pendidikan Ekonomi

Instansi : Universitas Pendidikan Ganesha

Memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi kuesioner dalam rangka pengumpulan data guna menyusun penelitian yang berjudul “Pengaruh Promosi Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Pengguna Tiktok Shop di Kecamatan Buleleng”.

Saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I selaku Masyarakat di kecamatan Buleleng untuk mengisi daftar pernyataan yang ada sesuai dengan petunjuk yang diberikan. Saya menjamin kerahasiaan jawaban Bapak/Ibu/Saudara/I dan semua informasi yang terkumpul dari kuesioner ini hanya akan digunakan untuk kepentingan keilmuan. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

LEMBAR KUESIONER

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

Alamat :

Penidikan Terakhir :

PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

Silahkan Bapak/Ibu memberikan tanda (√) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan kondisi yang sebenarnya dari Bapak/Ibu.

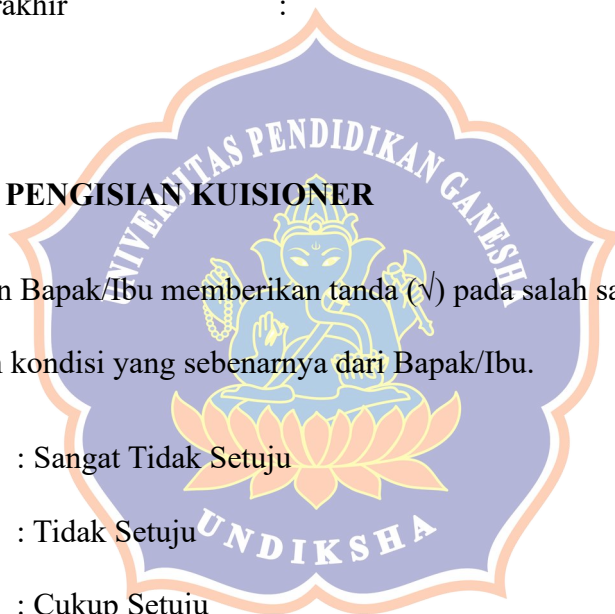
5. STS : Sangat Tidak Setuju

4. TS : Tidak Setuju

3. CS : Cukup Setuju

2. S : Setuju

1. SS : Sangat Setuju



DAFTAR PERNYATAAN

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
1.	Iklan yang saya lihat di media sosial memberikan informasi produk yang jelas.					
2.	Iklan digital yang muncul membuat saya tertarik untuk mencoba produk tersebut.					
3.	Frekuensi iklan di platform digital membantu saya mengingat merek produk ini.					
4.	Penawaran diskon di platform digital mendorong saya segera membeli produk.					
5.	Pemberian <i>voucher</i> membuat saya merasa lebih untung saat berbelanja.					
6.	Program <i>cashback</i> pembelian meningkatkan keinginan saya untuk bertransaksi Kembali.					
7.	Konten edukatif dan informasi yang dibagikan perusahaan di media digital sangat bermanfaat.					
8.	Ulasan positif dari pelanggan lain di media digital meningkatkan kepercayaan saya terhadap produk.					
9.	Citra positif perusahaan di media digital membuat saya lebih yakin untuk membeli produk.					
10.	Pesan promosi melalui DM terasa lebih personal bagi saya.					
11.	Informasi produk yang dikirimkan secara langsung membantu saya mendapatkan penawaran yang relevan.					

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
12.	Komunikasi langsung melalui media digital membantu membangun hubungan jangka panjang dengan perusahaan.					
13.	Penjual memberikan penjelasan produk secara detail melalui fitur chat atau media digital.					
14.	Penjual merespons pertanyaan saya dengan cepat dan meyakinkan di media digital.					
15.	Komunikasi dua arah dengan penjual memudahkan saya dalam mengambil keputusan pembelian.					
16.	Saya sering membeli produk secara tiba-tiba tanpa merencanakannya terlebih dahulu.					
17.	Saya mudah tergoda untuk membeli barang ketika melihat iklan atau promosi yang menarik.					
18.	Saya sering melakukan pembelian hanya karena merasa senang atau ingin menghibur diri saat itu.					
19.	Saya tetap membeli barang yang saya inginkan meskipun sebenarnya barang tersebut tidak terlalu saya butuhkan.					
20.	Keinginan sesaat seringkali lebih mendominasi keputusan saya dalam membeli daripada fungsi utama produk tersebut.					

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
21.	Saya sering mengabaikan kondisi keuangan saya demi mendapatkan barang yang sedang saya inginkan.					
22.	Saya cenderung mengeluarkan uang dalam jumlah besar untuk barang-barang yang kurang bermanfaat.					
23.	Saya sering kesulitan membedakan antara kebutuhan mendesak dengan keinginan tambahan saat berbelanja.					
24.	Saya menghabiskan uang untuk konsumsi tanpa mempertimbangkan skala prioritas kebutuhan saya.					
25.	Saya merasa lebih percaya diri jika menggunakan produk yang memiliki merek terkenal.					
26.	Penting bagi saya untuk membeli barang yang dapat meningkatkan citra atau status sosial saya di mata orang lain.					
27.	Saya lebih mempertimbangkan nilai gengsi suatu produk daripada kegunaan praktisnya.					

Lampiran 4. Daftar Nama Responden Uji Validitas dan Reliabilitas

KECAMATAN GEROKGAK				
NO.	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir
1	Kadek Ayu Ayuni	Perempuan	24	Profesi Ners
2	Kadek Novia Purnama Dewi	Perempuan	17	SMA
3	Putu Dewi Kusuma	Perempuan	35	S1
4	Putu Desak Kristina	Perempuan	22	SMP
5	Luh Ayu Sekarini	Perempuan	21	D1
6	Kadek Dinda Cahyani	Perempuan	16	SMK
7	Putu Apin Cristiana	Laki - Laki	18	SMK
8	Heny Rupita Dewi	Perempuan	25	SMA
9	Kadek Ari Budiani	Perempuan	24	SMK
10	Kadek Ayu Ditayani	Perempuan	26	SMK
11	Ketut Diah Lestari	Perempuan	24	SMA
12	Syara Aisah Khumairah	Perempuan	24	SMK
13	Putu Ayu ariyanti	Perempuan	19	SMK
14	Ketut Anggi Kristia Pariyanti	Perempuan	21	SMA
15	Kadek Diah suriani	Perempuan	22	SMK
16	Ni Kadek Desi Sastrini	Perempuan	18	SMK
17	Komang Desi budayani	Perempuan	21	SMA
18	Putu Bhian Anggieta	Perempuan	17	SMK
19	Made Ari Purnami	Perempuan	30	S1
20	Cica Nurhayati	Perempuan	27 th	Smk
21	Komang Satria Cahyadi Widyastrawan	Laki - Laki	22	D1
22	Kadek Hengki Saputra	Laki - Laki	21	D1
23	Ayuk Ariyanti	Perempuan	20	SMA
25	Putu Eki Sujantama	Laki - Laki	29	SMA
26	Ketut Mawiti	Perempuan	49	SD
27	Dewi Tastrini	Perempuan	34	SMA
28	I Putu Widarma	Laki - Laki	52	SMA
29	Juni Damayanti	Perempuan	20	S1
30	Ketut Sukasari	Perempuan	32	SMA

Lampiran 5. Tabulasi Data Uji Instrumen

a. Tabulasi Data Uji Instrumen Variabel Promosi Digital (X)

N o.	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P1 0	P1 1	P1 2	P1 3	P1 4	P1 5	Tot al
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
3	2	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	62
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	67
6	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
7	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	52
8	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	69
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
10	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	57
11	4	4	4	3	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	56
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	73
13	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	67
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
19	4	4	4	5	4	4	3	5	5	2	4	4	4	4	4	60
20	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	62
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
23	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	5	3	65
24	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	64
25	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	3	4	3	4	4	59
26	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	62
27	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	3	61
28	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	62
29	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
30	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	2	64

b. Tabulasi Data Uji Instrumen Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

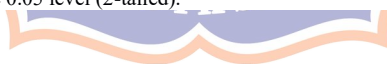
No.	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	Total
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	2	2	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	2	2	3	2	3	4	2	43
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
7	4	4	2	2	3	2	2	4	2	4	2	3	34
8	5	3	4	4	5	5	5	5	4	3	5	4	52
9	4	4	4	4	4	2	3	4	2	3	3	2	39
10	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	46
11	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	40
12	4	5	4	4	4	2	2	2	2	1	2	1	33
13	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	52
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
16	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	49
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
19	5	4	4	4	4	3	2	2	2	2	3	2	37
20	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
23	2	2	2	1	4	2	1	2	1	2	4	1	24
24	4	3	3	2	4	4	2	2	3	4	2	1	34
25	5	5	4	5	4	4	4	5	2	3	3	4	48
26	4	4	2	4	4	4	1	3	4	4	2	2	38
27	3	4	2	2	3	3	3	4	4	4	2	2	36
28	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	50
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
30	4	4	3	3	3	3	4	4	4	5	1	1	39

		Correlations															Total
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	
P1	Pearson Correlation	1	.044	.522**	.345	.308	.237	.208	.461*	.425*	.327	.338	.286	.425*	.415*	.164	.543**
	Sig. (2-tailed)		.818	.003	.062	.098	.206	.271	.010	.019	.078	.067	.125	.019	.023	.387	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.044	1	.382*	.431*	.558**	.431*	.352	.244	.313	.259	.236	.290	.337	.579**	.294	.549**
	Sig. (2-tailed)	.818		.037	.018	.001	.018	.056	.193	.092	.167	.209	.120	.069	.001	.115	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.522**	.382*	1	.536**	.518**	.536**	.218	.533**	.338	.402*	.722**	.621**	.667**	.499**	.544**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.003	.037		.002	.003	.002	.247	.002	.067	.028	.000	.000	.000	.005	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.345	.431*	.536**	1	.508**	.493**	.325	.685**	.714**	.266	.507**	.614**	.345	.631**	.467	.776**
	Sig. (2-tailed)	.062	.018	.002		.004	.006	.080	.000	.000	.156	.004	.000	.062	.000	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.308	.558**	.518**	.508**	1	.640**	.548**	.467**	.381*	.345	.363*	.259	.308	.530**	.052	.649**
	Sig. (2-tailed)	.098	.001	.003	.004		.000	.000	.000	.038	.067	.049	.166	.098	.000	.786	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.237	.431*	.536**	.493**	.640**	1	.429**	.467**	.399*	.431*	.621**	.402*	.561**	.631**	.382*	.755**
	Sig. (2-tailed)	.271	.010	.003	.006	.000		.028	.019	.010	.027	.011	.078	.011	.011	.024	.011

P1 3	Pearson	.42	.33	.66	.34	.30	.56	.20	.23	.20	.23	.58	.61	1	.65	.61	.68
	Correlat ion	5*	7	7**	5	8	1**	8	0	1	9	0**	7**		3**	9**	9**
	Sig. (2- tailed)	.01 9	.06 9	.00 0	.06 2	.09 8	.00 1	.27 1	.22 1	.28 6	.20 4	.00 1	.00 0		.00 0	.00 0	.00 0
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P1 4	Pearson	.41	.57	.49	.63	.53	.63	.46	.51	.57	.22	.58	.72	.65	1	.53	.84
	Correlat ion	5*	9**	9**	1**	0**	1**	4**	5**	7**	8	2**	0**	3**		2**	0**
	Sig. (2- tailed)	.02 3	.00 1	.00 5	.00 0	.00 3	.00 0	.01 0	.00 4	.00 1	.22 5	.00 1	.00 0	.00 0		.00 2	.00 0
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P1 5	Pearson	.16	.29	.54	.46	.05	.38	.02	.12	.19	.12	.65	.85	.61	.53	1	.60
	Correlat ion	4	4	4**	7**	2	2*	7	2	5	6	7**	0**	9**	2**		8**
	Sig. (2- tailed)	.38 7	.11 5	.00 2	.00 9	.78 6	.03 7	.88 6	.52 2	.30 2	.50 7	.00 0	.00 0	.00 0	.00 2		.00 0
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Tot al	Pearson	.54	.54	.78	.77	.64	.75	.56	.68	.66	.52	.73	.75	.68	.84	.60	1
	Correlat ion	3**	9**	5**	6**	9**	5**	4**	2**	3**	2**	6**	9**	9**	0**	8**	
	Sig. (2- tailed)	.00 2	.00 2	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 1	.00 0	.00 0	.00 3	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	
N		30	30	30	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).



Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	
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).

Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas

a. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi Digital (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.910	15

b. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.917	12

Lampiran 8. Data Responden Penelitian

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Tempat Tinggal	Pendidikan Terakhir
1	Kadek Putra Ananda	Laki - Laki	20	Anturan	D1
2	Luh Ely Supriantini	Perempuan	21	Alasangker	S1
3	Komang Wahyudi sastrawan	Laki - Laki	23	Tukad Mungga	S1
4	Kadek Yudi Darma	Laki - Laki	21	Anturan	D1
5	Kadek Caezar Aryadi Putra	Laki - Laki	21	Liligundi	S1
6	Gede Mardita	Laki - Laki	20	Anturan	D1
7	Komang wiwin widya dewi	Perempuan	21	Banyuning	SMK
8	Putu Ditha Pramudia	Perempuan	22	Penglatan	SMA
9	Ketut Ananta Sanjaya	Laki - Laki	20	Banyuasri	D1
10	Ketut Vivi Permatasari	Perempuan	22	Pemaron	SMA
11	I Wayan Eka Karya Saputra	Laki - Laki	22	Penarukan	SMA
12	Murodi Nizar Nazhmi	Laki - Laki	22	Banyuning	SMA
13	Kadek Feri Harta Wibawa	Laki - Laki	21	Tukadmungga	SMA
14	Nyoman Jaya Harimurti	Laki - Laki	19	Jinengdalem	SMA
15	Ni Komang Okta Udiani	Perempuan	24	Tukadmungga	SMK
16	Zahwa Shiami	Perempuan	22	Kalibubuk	SMK
17	Ana Mirella	Perempuan	19	Kalibukbuk	S1
18	Kadek Usda Purnama Yasa	Laki - Laki	25	Anturan	SMK
19	Komang Gyo Hendra Dinata	Laki - Laki	19	Kampung Baru	D1
20	Gusti Bagus Praditia	Laki - Laki	23	Alasangker	SMK
21	Kadek Dinda Aprilia Lestari	Perempuan	20	Alasangker	S1
22	Kadek Marsya Cahyani Putri	Perempuan	26	Banyuning	SMA
23	Gede Agus Setiawan	Perempuan	21	Jinengdalem	S1
24	Dewa Gede Wira Rata	Laki - Laki	22	Astina	SMA
25	Kadek Renita Dwi Aryanthi	Perempuan	21	Banyuasri	S1
26	Putu Ritika Dewi A	Perempuan	23	Banyuasri	D3
27	Nyoman Shiva Arya Wiguna	Laki - Laki	18	Banyuasri	SMA

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Tempat Tinggal	Pendidikan Terakhir
28	I Made Aryadana	Laki - Laki	52	Banyuasri	SMA
29	Luh Witari	Perempuan	46	Banyuasri	SMK
30	Putu Talia Jayanti	Perempuan	25	Kalibukbuk	S1
31	Putu Dodik Krisna	Laki - Laki	32	Kalibukbuk	S1
32	Kadek Mila Yuliantari	Perempuan	26	Alasangker	S1
33	Ni Made Widha Wati	Perempuan	24	Bakti seraga	D3
34	Kadek Lia Darmawati	Perempuan	28	Bakti seraga	SMK
35	Komang Ena Setiani	Perempuan	22	Bakti seraga	SMK
36	Komang Safitriani	Perempuan	24	Bakti seraga	SMK
37	Putu Elsa Kurniawati	Perempuan	26	Jineng dalem	D3
38	Putu Meilani Dewi	Perempuan	20	Jineng Dalem	D1
39	Putu Dodik Kartika	Perempuan	22	Nagasepaha	D2
40	Ni Putu Della Paramitha	Perempuan	25	Pemaron	D3
41	Putu Diasita Novianfani	Perempuan	23	Pemaron	S1
42	Putu Supina Dewi	Perempuan	22	Pemaron	S1
43	Komang Nova Adnyana	Laki - Laki	26	Penglatan	SMk
44	Putu Arik Oktaviani	Perempuan	24	Penglatan	S1
45	Luh Pretty Enjelia	Perempuan	24	Petandakan	D1
46	Putu Ria Melati	Perempuan	23	Petandakan	SMA
47	Vivien Eka Putri	Perempuan	21	Poh bergong	D3
48	Regitha Fahra Setiawati	Perempuan	26	Sari Mekar	D3
49	Putu Dian Aprilia	Perempuan	27	sari mekar	D1
50	Kadek Dian Adnyani	Perempuan	17	Poh Bergong	SMP
51	Luh Tirani Fibrayanti	Perempuan	20	Sari Mekar	SMk
52	Putu Gita Puja Dewi	Perempuan	23	Banjar tegal	S1
53	Putu Dian Juliani	Perempuan	20	Banjar tegal	D1
54	Ni Putu Jeni Karolina Giska	Perempuan	23	Paket Agung	D2
55	Komang Mona Fibriyanti	Perempuan	19	Banjar tegal	SMA

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Tempat Tinggal	Pendidikan Terakhir
56	Komang Fitri Suryantini	Perempuan	21	Paket Agung	D1
57	Luh Rivaniavivin	Perempuan	25	Kampung Singaraja	SMA
58	Kadek Krista Widyantari	Perempuan	22	Beratan	S1
59	Ketut Agus Darmayasa	Laki - Laki	22	Banjar jawa	D1
60	Putu Ayu Anggreni	Perempuan	18	kendran	SMK
61	Putu Ariel Maheza	Laki - Laki	20	Banjar Jawa	D1
62	Kadek Juli Suryaning	Perempuan	18	Banjar bali	SMK
63	Komang Bima Widya Saputra	Laki - Laki	22	Banjar Jawa	S1
64	Kadek Bayu Widya Saskara	Laki - Laki	24	Banjar Jawa	D2
65	Putu Widyaningsih	Perempuan	17	Banjar Bali	SMP
66	Putu Putri Adinda	Perempuan	26	Kendran	D1
67	Putu Yudi Astrawan	Laki - Laki	22	Kaliuntu	SMK
68	Eka Prayuni	Perempuan	25	Kampung kajanan	S1
69	Komang Dio Surya Saputra	Laki - Laki	22	Kaliuntu	D2
70	Putu Sudantaria	Laki - Laki	19	Kampung kajanan	SMA
71	Kadek Yesi Tikayani	Perempuan	21	Kaliuntu	SMK
72	Putu Arsika Dewi	Perempuan	19	Kampung Kajanan	SMK
73	Putu Diah Aristya	Perempuan	18	Kampung Anyar	SMK
74	Putu Dian Widiasih	Perempuan	19	Kampung Anyar	SMA
75	Komang Okta Malini	Perempuan	18	Kampung Anyar	SMK
76	Kadek Nabila Dwi Pratiwi	Perempuan	18	Kampung anyar	SMK
77	Putu Tia Saputri	Perempuan	19	Kampung Bugis	SMK
78	Putu Sabrina Artha Rahayu	Perempuan	24	Kampung Bugis	D1
79	Komang Desita Damayanti	Perempuan	19	Kampung Baru	SMA
80	Putu Diva Septa	Perempuan	26	Kampung Baru	S1
81	Komang Helen Patriacia	Perempuan	33	Kampung Baru	SMK
82	Putu Dinda Ari Sutarmi	Perempuan	32	Kampung Baru	D3

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Tempat Tinggal	Pendidikan Terakhir
83	Putu Diva Dwipayana	Laki - Laki	31	Kampung Baru	SMK
84	Kadek Dwi Melyanti	Perempuan	30	Banyuning	SMK
85	Nyoman Liyoni	Perempuan	22	Penarukan	SMA
86	Kadek Deviyanti	Perempuan	38	Banyuning	SMK
87	Ketut Padmi Swari	Perempuan	28	Penarukan	SMA
88	Putu Diah Darmiasih	Perempuan	27	Banyuning	SMK
89	Ketut Eka Febrianty	Perempuan	29	Banyuning	SMP
90	Nyoman Wiweka Jnana	Perempuan	26	Penarukan	SMK
91	Putu Enny Handayani	Perempuan	32	Banyuning	SMA
92	Putu Dyang Pidyantami	Perempuan	27	Penarukan	SMK
93	Luh Ayu Engelina	Perempuan	26	Banyuning	SMK
94	Kadek Ita Eriani	Perempuan	38	Penarukan	SD
95	Ketut Fery Andana	Laki - Laki	37	Banyuning	SMP
96	Kadek Mena Prayogi	Perempuan	30	Penarukan	D1
97	Ni Made Ferryani	Perempuan	27	Banyuning	S2
98	Putu Wiwin Angriyani	Perempuan	34	Banyuning	SMA
99	I Wayan Adhiyaksa Pratama	Laki - Laki	28	Penarukan	SMP
100	Kadek Risma Oktaviani	Perempuan	28	Kalibukbuk	SMP

Lampiran 9. Karakteristik Responden

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - Laki	28	28.0	28.0	28.0
	Perempuan	72	72.0	72.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

b. Berdasarkan Usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15 - 20 tahun	24	24.0	24.0	24.0
	21 - 25 tahun	45	45.0	45.0	69.0
	26 - 30 tahun	20	20.0	20.0	89.0
	31 - 35 tahun	6	6.0	6.0	95.0
	36 - 40 tahun	3	3.0	3.0	98.0
	46 - 50 tahun	1	1.0	1.0	99.0
	51 - 55 tahun	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

c. Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S2	1	1.0	1.0	1.0
	S1	18	18.0	18.0	19.0
	D3	7	7.0	7.0	26.0
	D2	4	4.0	4.0	30.0
	D1	15	15.0	15.0	45.0
	SMA	20	20.0	20.0	65.0
	SMK	28	28.0	28.0	93.0
	SMP	6	6.0	6.0	99.0
	SD	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

d. Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal

Wilayah Tempat Tinggal					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kalibukbuk	5	5.0	5.0	5.0
	Anturan	4	4.0	4.0	9.0
	Tukad Mungga	3	3.0	3.0	12.0
	Alasanger	4	4.0	4.0	16.0
	Bakti Seraga	4	4.0	4.0	20.0
	Jinengdalem	4	4.0	4.0	24.0
	Nagasepaha	1	1.0	1.0	25.0
	Pemaron	4	4.0	4.0	29.0
	Penglatan	3	3.0	3.0	32.0
	Petandakan	2	2.0	2.0	34.0
	Poh Bergong	2	2.0	2.0	36.0
	Sari Mekar	3	3.0	3.0	39.0
	Banyuasri	6	6.0	6.0	45.0
	Banjar Tegal	3	3.0	3.0	48.0
	Paket Agung	2	2.0	2.0	50.0
	Beratan	1	1.0	1.0	51.0
	Liligundi	1	1.0	1.0	52.0
	Kampung Singaraja	1	1.0	1.0	53.0
	Kendran	2	2.0	2.0	55.0
	Astina	1	1.0	1.0	56.0
	Banjar Jawa	4	4.0	4.0	60.0
	Banjar Bali	2	2.0	2.0	62.0
	Kampung Kajanan	3	3.0	3.0	65.0
	Kaliuntu	3	3.0	3.0	68.0
	Kampung Anyar	4	4.0	4.0	72.0
	Kampung Baru	6	6.0	6.0	78.0
	Kampung Bugis	2	2.0	2.0	80.0
	Banyuning	12	12.0	12.0	92.0
	Penarukan	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

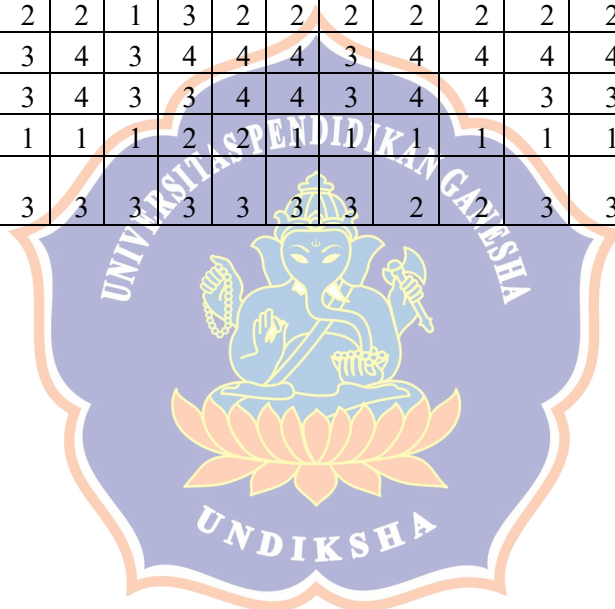
Lampiran 10. Tabulasi Data Penelitian

a. Tabulasi Data Penelitian Variabel Promosi Digital (X)

N o.	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P1 0	P1 1	P1 2	P1 3	P1 4	P1 5	Tot al
1	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	2	2	3	48
2	2	2	4	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	39
3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	38
4	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	36
5	4	3	3	3	2	4	3	3	3	4	2	3	4	3	3	47
6	4	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	45
7	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	2	3	42
8	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	41
9	3	3	2	2	3	2	3	3	2	4	3	2	3	2	3	40
10	5	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	64
11	3	4	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	46
12	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	53
13	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	36
14	3	4	3	4	3	3	4	4	4	5	3	4	4	5	3	56
15	3	3	2	1	3	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	32
16	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	5	5	4	67
17	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	4	3	2	3	38
18	4	5	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	53
19	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	37
20	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	3	43
21	4	4	3	4	3	2	3	2	3	3	4	3	3	4	2	47
22	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	53
23	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	2	4	49
24	3	1	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	44
25	3	2	2	2	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	40
26	3	2	2	2	3	2	4	2	3	3	3	2	3	3	3	40
27	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	39
28	3	3	4	3	3	5	3	4	3	3	4	3	4	4	3	52
29	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	52
30	4	5	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	65
31	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	47
32	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	5	3	3	4	52
33	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	45
34	3	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	3	4	4	4	58
35	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	35
36	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	52
37	3	4	4	5	3	5	4	3	3	4	4	4	3	4	5	58
38	1	2	3	3	2	3	2	2	3	2	1	3	3	2	2	34

39	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	40
40	4	4	3	4	3	4	4	4	2	5	3	4	3	4	3	54
41	4	4	3	5	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	59
42	4	4	3	4	3	5	5	4	5	5	4	3	5	3	3	60
43	2	1	1	2	3	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	24
44	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	46
45	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	47
46	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	50
47	1	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	33
48	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	3	3	3	33
49	3	2	4	3	4	3	3	4	4	3	2	3	4	3	4	49
50	1	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	35
51	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	39
52	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	45
53	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	53
54	4	2	2	2	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	50
55	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	38
56	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	47
57	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	26
58	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	49
59	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	67
60	3	3	3	3	4	3	4	4	3	2	3	4	3	3	3	48
61	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	49
62	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	43
63	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	1	3	36
64	2	4	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	2	43
65	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	2	2	3	3	42
66	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	45
67	4	3	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	57
68	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	39
69	3	2	2	2	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	43
70	3	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	43
71	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	3	3	3	3	44
72	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	38
73	2	3	2	3	3	3	2	1	3	4	3	3	3	3	2	40
74	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	36
75	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	43
76	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	50
77	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	56
78	3	3	3	2	3	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3	42
79	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	2	22
80	3	3	4	3	4	5	3	3	3	4	4	3	4	4	3	53
81	3	4	2	4	3	3	2	3	4	3	4	2	3	2	3	45

82	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	37
83	4	4	3	4	3	3	3	4	5	4	3	4	4	3	4	55
84	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	43
85	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	51
86	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	2	2	2	2	2	31
87	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	55
88	3	3	2	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	43
89	4	3	4	4	4	4	5	3	3	4	4	3	4	3	4	56
90	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	4	3	41
91	5	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	49
92	5	3	3	5	4	3	4	2	4	4	4	3	4	3	4	55
93	5	4	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	5	4	64
94	2	2	1	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	38
95	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	48
96	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	29
97	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	57
98	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	53
99	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	18
100	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	40



b. Tabulasi Data Penelitian Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

No.	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	Total
1	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	38
2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	30
3	2	3	1	3	2	2	2	1	2	3	3	2	26
4	2	2	2	2	2	3	4	3	3	2	1	2	28
5	3	3	2	3	2	3	2	4	3	3	4	2	34
6	4	3	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	42
7	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	33
8	3	3	2	3	2	2	2	2	4	1	3	1	28
9	2	3	3	3	2	2	2	2	4	3	2	3	31
10	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	54
11	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	40
12	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	41
13	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	29
14	3	3	2	3	3	4	4	5	4	3	3	4	41
15	2	2	3	1	1	3	2	2	3	2	3	2	26
16	5	4	3	4	5	4	3	4	4	5	5	4	50
17	3	3	3	3	2	2	2	1	2	3	4	2	30
18	3	3	4	4	3	3	3	3	4	5	3	4	42
19	2	3	2	3	2	1	2	3	3	2	3	2	28
20	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	37
21	3	4	2	4	3	3	4	5	3	3	3	3	40
22	4	5	3	3	3	4	4	4	4	3	5	4	46
23	3	3	2	2	4	3	2	2	3	4	3	2	33
24	2	2	3	3	2	3	3	4	1	3	4	2	32
25	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	34
26	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	33
27	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	4	29
28	4	4	4	2	3	3	3	4	3	3	4	4	41
29	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	39
30	4	4	3	3	3	4	4	4	5	3	5	4	46
31	2	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	36
32	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	48
33	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	36
34	3	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	45
35	2	1	2	2	3	2	2	1	2	1	1	3	22
36	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47
37	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	5	47
38	2	2	2	2	2	3	2	2	3	1	3	1	25

39	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	37
40	3	5	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	47
41	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	46
42	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	53
43	1	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	23
44	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	36
45	3	2	3	3	2	3	4	2	4	3	3	3	35
46	5	4	4	3	3	3	4	4	3	3	2	4	42
47	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	1	29
48	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	27
49	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	5	45
50	2	2	2	2	3	2	2	2	1	1	3	2	24
51	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	4	2	29
52	3	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	2	37
53	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	5	3	42
54	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	2	3	39
55	2	2	3	1	3	2	2	2	3	2	2	1	25
56	4	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	37
57	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	19
58	4	3	3	5	4	3	3	4	4	3	4	3	43
59	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	56
60	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	41
61	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	43
62	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	36
63	2	1	3	3	2	3	3	3	3	3	2	1	29
64	2	3	2	3	3	2	3	2	3	4	2	3	32
65	2	3	3	3	4	3	3	2	2	2	3	2	32
66	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	2	33
67	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	5	44
68	2	3	3	2	2	4	3	2	3	2	3	3	32
69	2	3	2	3	4	2	1	3	4	4	2	3	33
70	3	3	2	3	2	2	2	3	1	5	3	3	32
71	4	4	2	3	2	2	3	3	4	3	3	3	36
72	1	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	28
73	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	35
74	3	2	3	2	3	2	1	2	3	3	3	3	30
75	3	4	3	3	3	2	4	3	3	2	2	4	36
76	3	3	2	3	5	4	3	3	3	4	3	4	40
77	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	40
78	3	3	2	4	2	3	4	3	3	3	3	4	37
79	3	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	19
80	2	4	3	4	2	4	3	4	4	3	3	4	40
81	4	3	2	3	3	3	4	2	3	4	2	3	36

82	2	3	3	2	2	4	4	3	3	2	2	3	33
83	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	44
84	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	4	3	36
85	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	42
86	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	27
87	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	43
88	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	35
89	3	5	5	3	3	4	3	4	4	2	4	3	43
90	2	2	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2	31
91	4	4	2	3	3	2	3	3	5	3	2	3	37
92	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	5	3	44
93	4	4	5	3	4	4	5	4	3	4	4	3	47
94	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	33
95	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	3	40
96	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	24
97	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	2	43
98	4	3	5	3	3	4	4	4	4	4	3	4	45
99	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	16
100	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	33

Lampiran 11. Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Promosi Digital	100	18.00	67.00	45.2700	9.57042
Perilaku Konsumtif	100	16.00	56.00	36.1800	7.96124
Valid N (listwise)	100				

Lampiran 12. Deskripsi Persepsi Responden

a. Tabel Frekuensi Promosi Digital

Iklan yang saya lihat di media sosial memberikan informasi produk yang jelas.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	4	4.0	4.0	4.0
	TIDAK SETUJU	24	24.0	24.0	28.0
	CUKUP SETUJU	44	44.0	44.0	72.0
	SETUJU	22	22.0	22.0	94.0
	SANGAT SETUJU	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Iklan digital yang muncul membuat saya tertarik untuk mencoba produk tersebut

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	4	4.0	4.0	4.0
	TIDAK SETUJU	25	25.0	25.0	29.0
	CUKUP SETUJU	43	43.0	43.0	72.0
	SETUJU	26	26.0	26.0	98.0
	SANGAT SETUJU	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frekuensi iklan di platform digital membantu saya mengingat merek produk ini.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	5	5.0	5.0	5.0
	TIDAK SETUJU	25	25.0	25.0	30.0
	CUKUP SETUJU	46	46.0	46.0	76.0
	SETUJU	20	20.0	20.0	96.0
	SANGAT SETUJU	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Penawaran diskon di platform digital mendorong saya segera membeli produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	3	3.0	3.0	3.0
	TIDAK SETUJU	23	23.0	23.0	26.0
	CUKUP SETUJU	48	48.0	48.0	74.0
	SETUJU	20	20.0	20.0	94.0
	SANGAT SETUJU	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pemberian voucher membuat saya merasa lebih untung saat berbelanja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	3	3.0	3.0	3.0
	TIDAK SETUJU	13	13.0	13.0	16.0
	CUKUP SETUJU	58	58.0	58.0	74.0
	SETUJU	24	24.0	24.0	98.0
	SANGAT SETUJU	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Program cashback pembelian meningkatkan keinginan saya untuk bertransaksi kembali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	24	24.0	24.0	25.0
	CUKUP SETUJU	50	50.0	50.0	75.0
	SETUJU	19	19.0	19.0	94.0
	SANGAT SETUJU	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Konten edukatif dan informasi yang dibagikan perusahaan di media digital sangat bermanfaat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	20	20.0	20.0	21.0
	CUKUP SETUJU	48	48.0	48.0	69.0
	SETUJU	24	24.0	24.0	93.0
	SANGAT SETUJU	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Ulasan positif dari pelanggan lain di media digital meningkatkan kepercayaan saya terhadap produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	5	5.0	5.0	5.0
	TIDAK SETUJU	18	18.0	18.0	23.0
	CUKUP SETUJU	52	52.0	52.0	75.0
	SETUJU	23	23.0	23.0	98.0
	SANGAT SETUJU	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Citra positif perusahaan di media digital membuat saya lebih yakin
untuk membeli produk**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	3	3.0	3.0	3.0
	TIDAK SETUJU	24	24.0	24.0	27.0
	CUKUP SETUJU	48	48.0	48.0	75.0
	SETUJU	21	21.0	21.0	96.0
	SANGAT SETUJU	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pesan promosi melalui DM terasa lebih personal bagi saya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	3	3.0	3.0	3.0
	TIDAK SETUJU	27	27.0	27.0	30.0
	CUKUP SETUJU	43	43.0	43.0	73.0
	SETUJU	23	23.0	23.0	96.0
	SANGAT SETUJU	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Informasi produk yang dikirimkan secara langsung membantu saya
mendapatkan penawaran yang relevan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	4	4.0	4.0	4.0
	TIDAK SETUJU	25	25.0	25.0	29.0
	CUKUP SETUJU	43	43.0	43.0	72.0
	SETUJU	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Komunikasi langsung melalui media digital membantu membangun hubungan jangka panjang dengan perusahaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	28	28.0	28.0	29.0
	CUKUP SETUJU	49	49.0	49.0	78.0
	SETUJU	20	20.0	20.0	98.0
	SANGAT SETUJU	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Penjual memberikan penjelasan produk secara detail melalui fitur chat atau media digital

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	3	3.0	3.0	3.0
	TIDAK SETUJU	18	18.0	18.0	21.0
	CUKUP SETUJU	48	48.0	48.0	69.0
	SETUJU	27	27.0	27.0	96.0
	SANGAT SETUJU	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Penjual merespons pertanyaan saya dengan cepat dan meyakinkan di media digital.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	4	4.0	4.0	4.0
	TIDAK SETUJU	19	19.0	19.0	23.0
	CUKUP SETUJU	53	53.0	53.0	76.0
	SETUJU	17	17.0	17.0	93.0
	SANGAT SETUJU	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Komunikasi dua arah dengan penjual memudahkan saya dalam mengambil keputusan pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	2	2.0	2.0	2.0
	TIDAK SETUJU	18	18.0	18.0	20.0
	CUKUP SETUJU	57	57.0	57.0	77.0
	SETUJU	22	22.0	22.0	99.0
	SANGAT SETUJU	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

b. Tabel Prekuensi Perilaku Konsumtif

Saya sering membeli produk secara tiba-tiba tanpa merencanakannya terlebih dahulu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	2	2.0	2.0	2.0
	TIDAK SETUJU	29	29.0	29.0	31.0
	CUKUP SETUJU	42	42.0	42.0	73.0
	SETUJU	22	22.0	22.0	95.0
	SANGAT SETUJU	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya mudah tergoda untuk membeli barang ketika melihat iklan atau promosi yang menarik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	5	5.0	5.0	5.0
	TIDAK SETUJU	20	20.0	20.0	25.0
	CUKUP SETUJU	44	44.0	44.0	69.0
	SETUJU	24	24.0	24.0	93.0
	SANGAT SETUJU	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya sering melakukan pembelian hanya karena merasa senang atau ingin menghibur diri saat itu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	2	2.0	2.0	2.0
	TIDAK SETUJU	29	29.0	29.0	31.0
	CUKUP SETUJU	47	47.0	47.0	78.0
	SETUJU	17	17.0	17.0	95.0
	SANGAT SETUJU	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya tetap membeli barang yang saya inginkan meskipun sebenarnya barang tersebut tidak terlalu saya butuhkan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	4	4.0	4.0	4.0
	TIDAK SETUJU	18	18.0	18.0	22.0
	CUKUP SETUJU	52	52.0	52.0	74.0
	SETUJU	24	24.0	24.0	98.0
	SANGAT SETUJU	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Keinginan sesaat seringkali lebih mendominasi keputusan saya dalam membeli daripada fungsi utama produk tersebut

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	4	4.0	4.0	4.0
	TIDAK SETUJU	25	25.0	25.0	29.0
	CUKUP SETUJU	46	46.0	46.0	75.0
	SETUJU	21	21.0	21.0	96.0
	SANGAT SETUJU	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya sering mengabaikan kondisi keuangan saya demi mendapatkan barang yang sedang saya inginkan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	30	30.0	30.0	31.0
	CUKUP SETUJU	40	40.0	40.0	71.0
	SETUJU	26	26.0	26.0	97.0
	SANGAT SETUJU	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya cenderung mengeluarkan uang dalam jumlah besar untuk barang-barang yang kurang bermanfaat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	4	4.0	4.0	4.0
	TIDAK SETUJU	24	24.0	24.0	28.0
	CUKUP SETUJU	40	40.0	40.0	68.0
	SETUJU	30	30.0	30.0	98.0
	SANGAT SETUJU	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya sering kesulitan membedakan antara kebutuhan mendesak dengan keinginan tambahan saat berbelanja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	4	4.0	4.0	4.0
	TIDAK SETUJU	26	26.0	26.0	30.0
	CUKUP SETUJU	40	40.0	40.0	70.0
	SETUJU	26	26.0	26.0	96.0
	SANGAT SETUJU	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya menghabiskan uang untuk konsumsi tanpa mempertimbangkan skala prioritas kebutuhan saya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	5	5.0	5.0	5.0
	TIDAK SETUJU	15	15.0	15.0	20.0
	CUKUP SETUJU	44	44.0	44.0	64.0
	SETUJU	31	31.0	31.0	95.0
	SANGAT SETUJU	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya merasa lebih percaya diri jika menggunakan produk yang memiliki merek terkenal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	8	8.0	8.0	8.0
	TIDAK SETUJU	20	20.0	20.0	28.0
	CUKUP SETUJU	45	45.0	45.0	73.0
	SETUJU	23	23.0	23.0	96.0
	SANGAT SETUJU	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Penting bagi saya untuk membeli barang yang dapat meningkatkan citra atau status sosial saya di mata orang lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	5	5.0	5.0	5.0
	TIDAK SETUJU	17	17.0	17.0	22.0
	CUKUP SETUJU	46	46.0	46.0	68.0
	SETUJU	25	25.0	25.0	93.0
	SANGAT SETUJU	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Saya lebih mempertimbangkan nilai gengsi suatu produk daripada
kegunaan praktisnya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	8	8.0	8.0	8.0
	TIDAK SETUJU	22	22.0	22.0	30.0
	CUKUP SETUJU	42	42.0	42.0	72.0
	SETUJU	24	24.0	24.0	96.0
	SANGAT SETUJU	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

c. Data Persepsi Responden

1. Promosi Digital

a. Periklanan

$$\text{Mean} : \frac{(4,33 \times 1) + (24,66 \times 2) + (44,33 \times 3) + (22,66 \times 4) + (4 \times 5)}{100} = 2,97$$

$$\text{Persepsi} : \frac{2,97}{5} \times 100 = 59,46$$

b. Promosi Penjualan

$$\text{Mean} : \frac{(2,33 \times 1) + (20 \times 2) + (52 \times 3) + (21 \times 4) + (4,66 \times 5)}{100} = 3,056$$

$$\text{Persepsi} : \frac{3,056}{5} \times 100 = 61,13$$

c. Hubungan Masyarakat dan Publisitas

$$\text{Mean} : \frac{(3 \times 1) + (20,66 \times 2) + (49 \times 3) + (22,66 \times 4) + (4,33 \times 5)}{100} = 3,036$$

$$\text{Persepsi} : \frac{3,036}{5} \times 100 = 60,73$$

d. Pemasaran Langsung

$$\text{Mean} : \frac{(2,66 \times 1) + (26,66 \times 2) + (45 \times 3) + (23,66 \times 4) + (2 \times 5)}{100} = 2,95$$

$$\text{Persepsi} : \frac{2,95}{5} \times 100 = 59,13$$

e. Penjualan Pribadi

$$\text{Mean} : \frac{(3 \times 1) + (18,33 \times 2) + (52,66 \times 3) + (22 \times 4) + (4 \times 5)}{100} = 3,05$$

$$\text{Persepsi} : \frac{3,05}{5} \times 100 = 61,13$$

a. Rerata :

$$\text{Skor 1} : \frac{(4,33 + 2,33 + 3 + 2,66 + 3)}{5} = 3,06$$

$$\text{Skor 2} : \frac{(24,66 + 20 + 20,66 + 26,66 + 18,33)}{5} = 22,06$$

$$\text{Skor 3} : \frac{(44,33 + 52 + 49 + 45 + 52,66)}{5} = 48,6$$

$$\text{Skor 4} : \frac{(22,66 + 21 + 22,66 + 23,66 + 22)}{5} = 22,4$$

$$\text{Skor 5} : \frac{(4 + 4,66 + 4,33 + 2 + 4)}{5} = 3,8$$

2. Perilaku Konsumtif

a. Pembelian Impulsif

$$\text{Mean} : \frac{(3 \times 1) + (26 \times 2) + (44,33 \times 3) + (21 \times 4) + (5,6 \times 5)}{100} = 3,003$$

$$\text{Persepsi} : \frac{3,003}{5} \times 100 = 60,66$$

b. Pembelian Tidak Rasional

$$\text{Mean} : \frac{(3 \times 1) + (24,33 \times 2) + (46 \times 3) + (23,66 \times 4) + (3 \times 5)}{100} = 2,99$$

$$\text{Persepsi} : \frac{2,99}{5} \times 100 = 59,86$$

c. Pemborosan

$$\text{Mean} : \frac{(4,33 \times 1) + (21,66 \times 2) + (41,33 \times 3) + (29 \times 4) + (3,66 \times 5)}{100} = 3,06$$

$$\text{Persepsi} : \frac{3,06}{5} \times 100 = 61,2$$

d. Orientasi Status

$$\text{Mean} : \frac{(7 \times 1) + (19,66 \times 2) + (44,33 \times 3) + (24 \times 4) + (5 \times 5)}{100} = 3,003$$

$$\text{Persepsi} : \frac{3,003}{5} \times 100 = 60,06$$

a. Rerata :

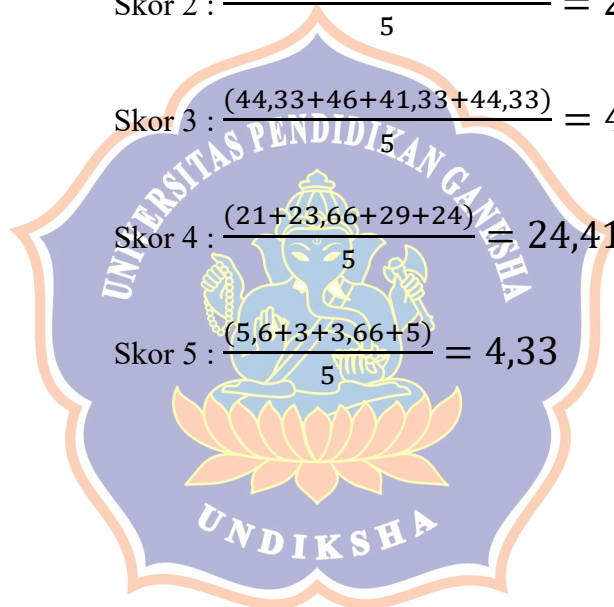
$$\text{Skor 1} : \frac{(3+3+4,33+7)}{5} = 4,33$$

$$\text{Skor 2} : \frac{(26+24,33+21,66+19,66)}{5} = 22,91$$

$$\text{Skor 3} : \frac{(44,33+46+41,33+44,33)}{5} = 44$$

$$\text{Skor 4} : \frac{(21+23,66+29+24)}{5} = 24,41$$

$$\text{Skor 5} : \frac{(5,6+3+3,66+5)}{5} = 4,33$$



Lampiran 14. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.937	.810		1.156	.250
	Promosi Digital	.029	.018	.164	1.649	.102

a. Dependent Variable: ABS RES

Lampiran 15. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana dan Uji T

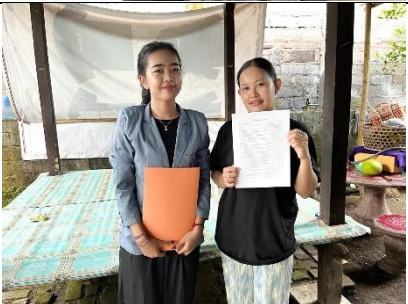
Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.953	1.374		.693	.490
	Promosi Digital	.778	.030	.935	26.199	.000
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

b. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.935 ^a	.875	.874	2.82833
a. Predictors: (Constant), Promosi Digital				
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif				



Lampiran 16. Dokumentasi Penelitian

No	Gambar	Keterangan
1		Pengambilan data melalui pengisian kuesioner oleh Kak Risma Oktaviani selaku pengguna TikTok Shop di Kecamatan Buleleng.
2		Pengambilan data melalui pengisian kuesioner oleh Bapak Sudantaria selaku pengguna TikTok Shop di Kecamatan Buleleng.
3		Pengambilan data melalui pengisian kuesioner oleh Ibu Arsika Dewi selaku pengguna TikTok Shop di Kecamatan Buleleng.
4		Pengambilan data melalui pengisian kuesioner oleh Kak Lia Darmawati selaku pengguna TikTok Shop di Kecamatan Buleleng.
5		Pengambilan data melalui pengisian kuesioner oleh Ibu Eka Prayuni selaku pengguna TikTok Shop di Kecamatan Buleleng.

6		Pengambilan data melalui pengisian kuesioner oleh Kak Dodik Krisna selaku pengguna TikTok Shop di Kecamatan Buleleng.
7		Pengambilan data melalui pengisian kuesioner oleh Kak Gyo Hendra Dinata selaku pengguna TikTok Shop di Kecamatan Buleleng.
8		Pengambilan data melalui pengisian kuesioner oleh Kak Mardita selaku pengguna TikTok Shop di Kecamatan Buleleng.
9		Pengambilan data melalui pengisian kuesioner oleh Bapak Dio Surya selaku pengguna TikTok Shop di Kecamatan Buleleng.

Lampiran 17. Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP

Kadek Dwita Cahayani, lahir di Brongbong, Desa Celukan Bawang, Kecamatan Gerokgak 25 Mei 2004. Penulis merupakan anak kedua dari pasangan suami istri Bapak I Putu Widarma dan Ibu Ketut Mawiti. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Hindu. Kini penulis beralamat di Jalan Srikandi Bhakti Seraga gang Kelapa, Singaraja, Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali. Penulis menyelesaikan Pendidikan dasar di SD Negeri 1 Tukad Sumaga dan lulus pada tahun 2016. Kemudian penulis melanjutkan di SMP Negeri 2 Seririt dan lulus pada tahun 2019. Pada tahun 2022, penulis lulus dari SMK Negeri 2 Seririt dengan jurusan Akuntansi. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang Sarjana dengan memilih Program Studi Pendidikan Ekonomi, jurusan Ekonomi dan Akuntansi di Universitas Pendidikan Ganesha pada tahun 2022. Penulis telah menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Pengguna TikTok Shop di Kecamatan Buleleng”.