

LAMPIRAN



LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

A. PENGANTAR

Dengan hormat,

Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian studi Strata 1 (S1). Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk berkenan memberikan sedikit waktu luangnya untuk mengisi kuesioner/angket ini. Penelitian ini mengenai **“Pengaruh Iklan melalui Media Televisi dan Media Sosial terhadap Produk Kosmetik Merek Y.O.U di Singaraja”**.

Dengan segala hormat, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan jawaban dengan sesungguhnya karena jawaban dari Bapak/Ibu/Saudara sangat mendukung keberhasilan penelitian saya. Atas kesediaan dan kerjasamanya dalam pengisian kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Luh Linda Astuti

B. IDENTITAS RESPONDEN

Berilah tanda (√) pada pilihan yang tersedia untuk jawaban yang dianggap paling sesuai.

1. Usia : 17 - 20 tahun
 20 - 30 tahun
 30 - 40 tahun
 40 - 50 tahun
2. Status : Belum menikah Menikah
3. Pekerjaan : Wiraswasta Swasta
 PNS
 Mahasiswa Lain-lain
4. Pendidikan : SLTA/Sederajat Magister (S2)
 Diploma Doktor (S3)
 Sarjana (S1)
5. Pendapatan : < Rp 1.000.000
 Rp 1.000.000 - Rp 2.999.999
 Rp 3.000.000 - Rp 4.999.999
 >Rp 5.000.000

C. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda (√) pada pilihan yang tersedia untuk jawaban yang dianggap paling sesuai. Setiap pernyataan dari kuesioner tersebut memiliki 5 (lima) jawaban dengan keterangan sebagai berikut.

1. SS : Sangat setuju (5)
2. S : Setuju (4)
3. R : Ragu-ragu (3)
4. TS : Tidak setuju (2)
5. STS : Sangat tidak setuju (1)

D. PERNYATAAN

NO	PERTANYAAN	SS	S	R	TS	STS
Variabel X1 (Iklan Media Televisi)						
1	Demonstrasi keunggulan produk pada iklan meyakinkan saya akan kualitas produk kosmetik Y.O.U					
2	Iklan kosmetik Y.O.U mempengaruhi rasa ingin tahu yang membuat saya mencari tahu lebih lanjut mengenai merek tersebut					
3	Penampilan Prilly Latuconsina menarik perhatian saya dalam iklan kosmetik Y.O.U					
4	Saya memiliki keinginan untuk membeli produk kosmetik merek Y.O.U setelah melihat iklan Y.O.U " <i>Lip Cream</i> " di televisi					
5	Setelah membandingkan produk kosmetik Y.O.U dengan produk kosmetik lain saya merasa produk ini lebih cocok dengan kebutuhan saya					
6	Saya mendapatkan informasi tentang produk dari televisi					
7	Kosmetik Y.O.U sering menjadi sponsor acara-acara di televisi .					
8	Pesan-pesan dan slogan singkat dalam iklan kosmetik Y.O.U mampu menciptakan pandangan positif akan kualitas produk dan saya memiliki pertimbangan untuk membeli produk					
Variabel X2 (Iklan Media Sosial)						
9	Informasi yang saya dapatkan tentang produk kosmetik Y.O.U mudah didapatkan dan lengkap					
10	Saya membeli produk tersebut karena informasi melalui iklan dapat dipercaya					
11	Iklan yang disediakan memudahkan kita dalam melihat detail produk					
12	Saya sering membaca mengenai ulasan positif konsumen lain terhadap produk kosmetik Y.O.U secara online					
13	Banyaknya ulasan positif dari <i>youtuber</i> , <i>selebgram</i> , dan <i>influencer</i> di media sosial membuat saya ingin menggunakan produk tersebut					

14	Postingan video dan foto produk di media sosial membuat saya tertarik untuk membeli produk tersebut					
15	Menurut saya gambar/foto produk yang ditampilkan pada media sosial sesuai dengan barang aslinya					
16	Produk kosmetik yang diiklankan melalui media sosial memiliki konten yang menarik dan inovatif					
Variabel Y (Minat Beli)						
17	Saya mencari informasi tentang kelebihan dan keunggulan produk kosmetik Y.O.U					
18	Saya tidak langsung membeli produk yang saya lihat diiklan, karena saya mempertimbangkan dengan produk merek lain					
19	Saya merasa tertarik untuk mencoba produk kosmetik Y.O.U yang ada diiklan					
20	Saya ingin mengetahui produk kosmetik Y.O.U					
21	Artis dan <i>influencer</i> yang saya gemari sering menggunakan produk kosmetik Y.O.U sehingga saya ingin memiliki produk tersebut apabila sesuai dengan kebutuhan.					
22	Menurut saya produk kosmetik Y.O.U mudah diperoleh					
23	Secara umum berdasarkan iklan kosmetik Y.O.U yang saya lihat, telah membangkitkan minat beli sehingga mendorong untuk melakukan pembelian.					
24	Saya memiliki keinginan untuk mencoba produk-produk terbaru yang dikeluarkan Y.O.U					

Lampiran 2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Iklan Media Televisi (X1)

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,365**	,506**	,442**	,520**	,805**	,558**	,447**	,746**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.2	Pearson Correlation	,365**	1	,369**	,354**	,355**	,431**	,355**	,328**	,551**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.3	Pearson Correlation	,506**	,369**	1	,657**	,581**	,614**	,581**	,814**	,831**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.4	Pearson Correlation	,442**	,354**	,657**	1	,614**	,547**	,631**	,603**	,786**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.5	Pearson Correlation	,520**	,355**	,581**	,614**	1	,516**	,845**	,608**	,820**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.6	Pearson Correlation	,805**	,431**	,614**	,547**	,516**	1	,571**	,559**	,811**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.7	Pearson Correlation	,558**	,355**	,581**	,631**	,845**	,571**	1	,608**	,838**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.8	Pearson Correlation	,447**	,328**	,814**	,603**	,608**	,559**	,608**	1	,808**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1	Pearson Correlation	,746**	,551**	,831**	,786**	,820**	,811**	,838**	,808**	1

Correlation									
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	94	94	94	94	94	94	94	94	94

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

Iklan Media Sosial (X2)

		Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,331**	,273**	,375**	,919*	,286**	,356**	,285**	,680**
	Sig. (2-tailed)		,001	,008	,000	,000	,005	,000	,005	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X2.2	Pearson Correlation	,331**	1	,238*	,465**	,299*	,368**	,901**	,293**	,676**
	Sig. (2-tailed)	,001		,021	,000	,003	,000	,000	,004	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X2.3	Pearson Correlation	,273**	,238*	1	,556**	,220*	,535**	,270**	,953**	,723**
	Sig. (2-tailed)	,008	,021		,000	,033	,000	,009	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X2.4	Pearson Correlation	,375**	,465**	,556**	1	,299*	,903**	,441**	,598**	,809**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,003	,000	,000	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X2.5	Pearson Correlation	,919**	,299**	,220*	,299**	1	,232*	,303**	,210*	,620**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,033	,003		,025	,003	,042	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X2.6	Pearson Correlation	,286**	,368**	,535**	,903**	,232*	1	,372**	,555**	,740**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,000	,000	,025		,000	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X2.7	Pearson Correlation	,356**	,901**	,270**	,441**	,303*	,372**	1	,280**	,683**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,009	,000	,003	,000		,006	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X2.8	Pearson Correlation	,285**	,293**	,953**	,598**	,210*	,555**	,280**	1	,745**
	Sig. (2-tailed)									
	N									

	Sig. (2-tailed)	,005	,004	,000	,000	,042	,000	,006		,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X2	Pearson Correlation	,680**	,676**	,723**	,809**	,620*	,740**	,683**	,745**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94

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

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

Minat Beli (Y)



Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y
Y1	Pearson Correlation	1	,101	,386**	,096	,082	,379**	,363**	,090	,455**
	Sig. (2-tailed)		,331	,000	,355	,429	,000	,000	,386	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y2	Pearson Correlation	,101	1	,324**	,174	,986*	,309**	,324**	,161	,585**
	Sig. (2-tailed)	,331		,001	,094	,000	,002	,001	,121	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y3	Pearson Correlation	,386**	,324*	1	,445**	,306*	,988**	,952**	,437**	,874**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001		,000	,003	,000	,000	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y4	Pearson Correlation	,096	,174	,445**	1	,158	,458**	,399**	,989**	,684**
	Sig. (2-tailed)	,355	,094	,000		,128	,000	,000	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y5	Pearson Correlation	,082	,986*	,306**	,158	1	,292**	,306**	,145	,566**
	Sig. (2-tailed)	,429	,000	,003	,128		,004	,003	,162	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y6	Pearson Correlation	,379**	,309*	,988**	,458**	,292*	1	,941**	,449**	,871**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000	,000	,004		,000	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94

Y7	Pearson Correlation	,363**	,324*	,952**	,399**	,306*	,941**	1	,391**	,844**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	,003	,000		,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y8	Pearson Correlation	,090	,161	,437**	,989**	,145	,449**	,391**	1	,674**
	Sig. (2-tailed)	,386	,121	,000	,000	,162	,000	,000		,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y	Pearson Correlation	,455**	,585*	,874**	,684**	,566*	,871**	,844**	,674**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94

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

Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Item Pertanyaan	Validitas		Keterangan
			<i>pearson correlation</i>	Syarat Valid	
1.	Iklan Media Televisi (X ₁)	X _{1.1}	0,746	0,3	Valid
		X _{1.2}	0,551	0,3	Valid
		X _{1.3}	0,831	0,3	Valid
		X _{1.4}	0,786	0,3	Valid
		X _{1.5}	0,820	0,3	Valid
		X _{1.6}	0,811	0,3	Valid
		X _{1.7}	0,838	0,3	Valid
		X _{1.8}	0,808	0,3	Valid
2.	Iklan Media Sosial (X ₂)	X _{2.1}	0,680	0,3	Valid
		X _{2.2}	0,676	0,3	Valid
		X _{2.3}	0,723	0,3	Valid
		X _{2.4}	0,809	0,3	Valid
		X _{2.5}	0,620	0,3	Valid
		X _{2.6}	0,740	0,3	Valid
		X _{2.7}	0,783	0,3	Valid
		X _{2.8}	0,745	0,3	Valid
3.	Minat Beli (Y)	Y ₁	0,455	0,3	Valid
		Y ₂	0,585	0,3	Valid
		Y ₃	0,874	0,3	Valid
		Y ₄	0,684	0,3	Valid
		Y ₅	0,566	0,3	Valid
		Y ₆	0,871	0,3	Valid
		Y ₇	0,844	0,3	Valid
		Y ₈	0,674	0,3	Valid

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa instrumen penelitian variabel Iklan Media Televisi (X_1), Iklan Media Sosial (X_2) dan Minat Beli (Y) seluruhnya adalah *valid*. Dikatakan *valid* karena semua instrumen penelitian memiliki nilai *pearson correlation* lebih dari 0,3. Hal ini berarti instrumen penelitian yang digunakan adalah sah yaitu pernyataan-pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan apa yang diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji Reliabilitas

1. Iklan Media Televisi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,907	8

2. Iklan Media Sosial

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,858	8

3. Minat Beli

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,847	8

Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliabilitas		
	Cronbach's Alpha	Syarat Reliable	Keterangan
Iklan Media Televisi (X_1)	0,907	0,60	Reliable
Iklan Media Sosial (X_2)	0,858	0,60	Reliable
Minat Beli (Y)	0,847	0,60	Reliable

(Sumber: Lampiran Hasil Uji Reliabilitas, 2021)

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan bahwa instrumen penelitian variabel Iklan Media Televisi (X_1), Iklan Media Sosial (X_2) dan Minat Beli (Y) seluruhnya adalah *reliable*. Dikatakan *reliable* karena semua instrumen penelitian memiliki koefisien *cronbach's alpha* (α) lebih besar dari 0,60. Hal ini berarti seluruh instrumen penelitian adalah *reliable* atau handal karena jawaban tiap responden dianggap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian menunjukkan seluruhnya adalah valid dan *reliable* sehingga seluruh instrumen dapat digunakan dalam analisis.

Lampiran 3. Data Penelitian

1. Iklan Media Televisi

Responden	Iklan Media Televisi (X_1)								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	5	5	5	5	3	5	3	4	35
2	4	4	3	3	4	4	3	3	28
3	4	4	3	4	3	4	3	3	28
4	3	3	3	3	2	3	2	4	23
5	4	4	3	3	3	4	3	3	27
6	4	3	3	4	3	4	3	3	27
7	3	5	5	5	5	3	4	5	35
8	4	4	4	3	4	4	5	4	32
9	4	5	3	3	4	4	4	3	30
10	3	4	3	3	3	3	3	3	25
11	4	5	5	5	4	5	4	4	36
12	3	3	4	4	3	4	3	3	27
13	3	4	3	4	4	3	4	3	28
14	4	4	5	5	4	4	4	5	35
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	5	4	5	5	5	5	5	5	39
17	5	5	4	4	4	5	4	4	35
18	4	4	3	4	3	4	3	3	28
19	3	3	4	3	3	3	3	4	26
20	4	4	4	4	4	4	4	5	33

21	4	4	4	3	3	4	3	4	29
22	3	5	3	3	3	3	3	3	26
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	3	5	3	3	3	3	3	3	26
25	5	4	4	4	4	5	4	4	34
26	4	5	3	3	3	4	4	4	30
27	4	4	4	4	4	4	3	3	30
28	5	5	4	5	4	5	4	4	36
29	4	4	5	5	5	5	5	5	38
30	5	5	4	4	4	4	4	5	35
31	4	4	4	3	3	4	3	4	29
32	5	4	3	4	4	4	4	3	31
33	3	3	4	3	3	3	3	4	26
34	4	3	3	3	3	2	3	3	24
35	4	5	4	5	5	4	4	5	36
36	3	4	3	3	3	3	3	3	25
37	5	5	4	3	3	5	3	4	32
38	3	4	3	4	3	3	3	3	26
39	4	5	4	4	4	4	4	4	33
40	4	4	3	3	4	3	4	3	28
41	5	4	4	5	5	4	5	4	36
42	4	4	3	4	4	4	4	3	30
43	4	3	3	3	4	4	4	3	28
44	5	4	4	5	5	5	5	4	37
45	3	4	3	4	4	4	4	5	31
46	5	5	4	5	4	5	5	4	37
47	4	4	3	4	3	4	4	3	29
48	2	4	2	3	3	2	3	2	21
49	4	5	4	4	5	4	4	5	35
50	3	4	4	3	4	3	3	4	28
51	4	5	3	4	3	4	3	3	29
52	5	4	5	4	5	5	5	5	38
53	4	5	4	5	4	4	4	4	34
54	4	5	5	4	4	4	4	5	35
55	4	4	4	4	3	4	3	4	30
56	5	5	4	3	5	5	4	4	35
57	5	5	5	5	4	5	5	5	39
58	4	5	5	5	5	4	5	4	37
59	4	4	2	4	4	4	4	3	29
60	5	5	4	4	4	5	4	4	35

61	3	4	3	3	2	3	2	3	23
62	4	4	4	5	4	4	4	5	34
63	4	3	4	4	4	4	4	4	31
64	5	4	5	5	5	5	5	5	39
65	4	4	4	4	4	4	4	4	32
66	4	4	3	3	3	4	3	3	27
67	5	5	4	4	4	5	4	4	35
68	4	4	4	5	3	4	3	4	31
69	3	4	3	4	3	3	3	3	26
70	5	5	4	4	4	4	5	4	35
71	3	4	3	5	4	3	4	3	29
72	3	4	3	3	2	3	2	3	23
73	4	5	4	4	4	4	4	4	33
74	3	4	3	3	3	3	3	3	25
75	3	4	4	4	4	3	4	4	30
76	5	4	5	5	4	4	4	5	36
77	4	5	4	4	4	4	4	4	33
78	4	4	3	3	3	4	3	3	27
79	4	5	4	4	4	3	4	3	31
80	5	4	4	4	5	4	5	4	35
81	4	5	5	5	5	5	5	5	39
82	5	4	4	4	5	4	4	4	34
83	4	5	5	5	4	5	5	5	38
84	5	5	5	5	5	5	4	4	38
85	4	4	4	5	5	4	5	5	36
86	5	4	4	4	4	5	4	4	34
87	4	4	5	4	3	4	4	4	32
88	5	5	5	5	5	5	5	5	40
89	4	4	4	4	4	4	5	4	33
90	5	5	5	5	5	5	5	5	40
91	4	5	5	5	5	5	5	5	39
92	4	4	4	4	4	4	4	4	32
93	5	5	5	5	4	5	4	5	38
94	5	5	5	5	5	5	5	5	40

Iklan Media Sosial

Responden	Iklan Media Sosial (X2)								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	5	4	4	4	5	5	4	35
2	4	4	3	4	3	4	4	4	30
3	4	4	4	3	4	3	4	4	30
4	3	3	4	3	3	3	3	4	26
5	5	5	3	4	5	3	5	3	33
6	4	4	5	4	4	4	4	5	34
7	4	5	5	5	4	5	5	5	38
8	5	5	3	3	5	3	5	3	32
9	4	3	5	4	4	4	3	5	32
10	3	4	3	3	3	3	4	3	26
11	4	4	4	4	4	4	3	4	31
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
13	5	5	4	5	5	5	5	4	38
14	5	4	5	4	5	4	4	5	36
15	3	4	4	5	3	5	4	4	32
16	5	4	5	4	5	4	4	5	36
17	5	5	4	5	5	5	5	4	38
18	3	4	3	4	3	4	3	3	27
19	3	4	4	4	3	4	4	4	30
20	5	4	4	4	5	4	4	4	34
21	3	5	3	4	3	4	5	3	30
22	4	4	3	4	4	4	4	3	30
23	4	4	4	5	4	5	4	4	34
24	3	4	3	3	3	3	4	3	26
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	4	5	3	4	4	4	3	4	31
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
28	3	4	5	5	3	5	4	5	34
29	5	5	5	5	5	4	5	5	39
30	3	4	5	5	3	5	4	5	34
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	3	3	4	4	3	5	3	4	29
33	4	4	3	4	4	4	4	3	30
34	4	3	3	4	4	4	3	3	28
35	5	4	4	5	5	5	4	4	36
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	4	4	4	4	4	4	4	4	32

38	3	3	3	4	4	4	3	3	27
39	4	5	3	4	4	4	5	3	32
40	4	3	4	4	4	4	3	4	30
41	5	5	3	4	5	4	5	3	34
42	4	4	4	4	4	3	4	4	31
43	4	4	4	3	5	4	4	4	32
44	5	4	5	5	5	5	4	5	38
45	4	4	3	4	4	4	4	3	30
46	5	5	5	5	5	5	5	5	40
47	4	5	3	3	4	3	5	3	30
48	3	3	3	3	3	3	3	3	24
49	5	4	4	4	5	4	4	4	34
50	4	3	4	3	4	4	3	3	28
51	4	4	4	4	4	4	4	4	32
52	5	5	5	5	5	5	5	5	40
53	4	4	4	4	4	4	4	4	32
54	5	4	5	5	5	5	4	5	38
55	4	4	3	4	4	4	4	3	30
56	5	5	3	5	5	5	5	3	36
57	5	5	5	5	5	5	5	5	40
58	5	5	4	5	5	5	5	4	38
59	3	4	3	3	4	3	4	3	27
60	3	5	5	5	3	5	5	5	36
61	4	3	3	4	4	4	3	3	28
62	3	5	5	5	3	5	5	5	36
63	4	4	4	4	4	4	4	4	32
64	5	5	5	5	5	5	5	5	40
65	4	4	4	4	3	4	4	4	31
66	3	4	4	4	3	4	4	4	30
67	4	5	5	5	4	5	5	5	38
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	4	5	3	4	4	4	5	3	32
70	5	5	5	5	5	5	5	5	40
71	3	4	4	4	3	4	4	4	30
72	5	4	3	4	5	4	4	3	32
73	4	3	4	3	4	3	3	4	28
74	4	4	4	4	4	4	3	4	31
75	5	4	5	3	5	3	4	5	34
76	5	5	4	5	5	5	5	4	38
77	4	5	4	4	4	4	5	4	34
78	5	3	3	3	5	3	3	3	28

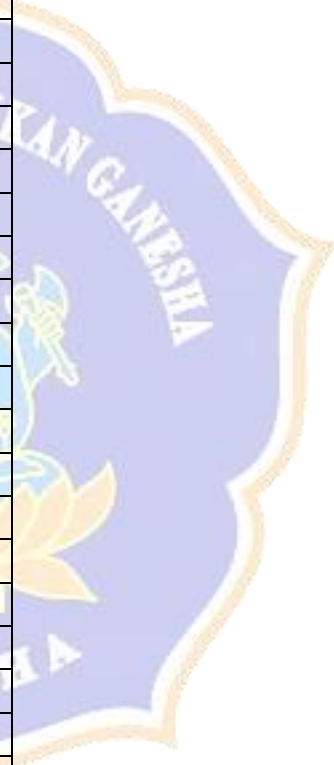


79	5	3	3	4	5	4	3	3	30
80	5	3	4	5	5	5	3	4	34
81	5	5	5	5	5	5	5	5	40
82	4	4	5	4	4	4	4	4	33
83	5	5	5	5	4	5	5	5	39
84	5	4	5	5	5	5	4	5	38
85	5	5	4	4	5	4	5	4	36
86	5	4	4	5	5	5	4	4	36
87	4	4	4	4	4	4	4	4	32
88	5	5	5	5	5	5	5	5	40
89	5	4	4	4	4	4	5	4	34
90	5	5	5	5	5	4	4	5	38
91	5	5	5	5	5	5	5	5	40
92	4	4	5	4	4	4	4	4	33
93	5	5	5	5	5	5	5	5	40
94	5	4	5	5	4	5	4	5	37

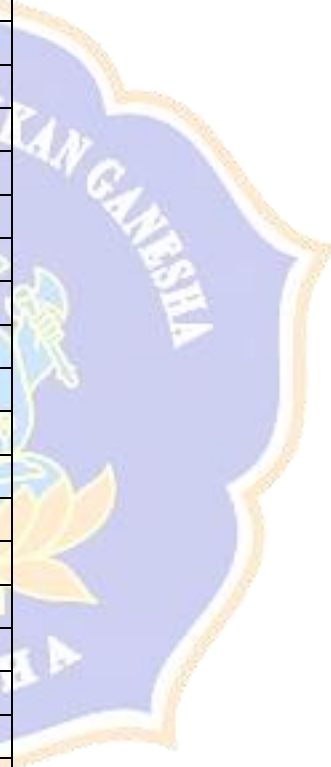
Minat Beli

Responden	Minat Beli (Y)								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	5	5	5	5	5	5	4	5	39
2	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	5	3	5	5	3	3	5	32
4	4	4	3	3	4	3	3	3	27
5	3	5	4	4	5	4	4	4	33
6	4	5	5	5	5	5	5	5	39
7	5	4	5	5	4	5	5	5	38
8	4	5	4	4	5	4	4	4	34
9	4	5	5	4	5	5	5	4	37
10	3	4	3	4	4	3	3	4	28
11	5	5	5	3	5	5	5	3	36
12	3	3	3	5	3	3	3	5	28
13	5	4	4	4	4	4	4	4	33
14	5	4	4	5	4	4	4	5	35
15	4	5	4	4	5	4	4	4	34
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40
17	5	5	4	4	5	4	4	4	35
18	4	4	3	3	4	3	3	3	27
19	3	5	4	5	5	4	4	5	35

20	5	3	5	5	3	5	5	5	36
21	4	4	3	4	4	3	3	4	29
22	5	4	3	3	4	3	3	3	28
23	5	5	4	4	5	4	4	4	35
24	4	3	4	3	3	4	4	3	28
25	3	5	5	5	5	5	5	5	38
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	5	5	4	3	5	4	4	3	33
28	4	5	5	5	5	5	5	5	39
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
30	4	4	5	5	4	5	5	5	37
31	5	3	4	4	3	4	4	4	31
32	4	5	4	4	5	4	4	4	34
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	4	4	4	3	4	4	4	3	30
35	3	5	5	5	5	5	5	5	38
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	5	5	4	5	5	4	4	5	37
38	4	5	3	3	5	3	3	3	29
39	4	4	4	5	4	4	4	5	34
40	4	4	5	4	4	5	5	4	35
41	5	4	5	5	4	5	5	5	38
42	4	4	4	4	4	4	4	4	32
43	5	4	5	3	4	5	5	3	34
44	5	5	5	4	5	5	5	4	38
45	4	4	4	5	4	4	4	5	34
46	5	5	5	5	4	5	5	5	39
47	3	5	4	4	5	4	4	4	33
48	3	5	3	3	5	3	3	3	28
49	4	5	4	5	5	4	4	5	36
50	4	3	4	5	3	4	4	5	32
51	4	5	4	4	5	4	4	4	34
52	4	5	5	5	5	5	5	5	39
53	4	4	4	5	4	4	4	5	34
54	4	5	5	5	5	5	5	5	39
55	4	5	3	5	5	3	3	5	33
56	5	5	5	5	5	5	5	5	40
57	5	5	5	5	5	5	5	5	40
58	4	5	5	5	5	5	5	5	39
59	3	4	4	4	4	4	4	4	31
60	5	4	5	5	4	5	5	5	38



61	4	3	4	4	3	4	4	4	30
62	4	5	4	4	5	4	4	4	34
63	5	5	4	5	5	4	4	5	37
64	5	5	5	5	5	5	5	5	40
65	4	4	4	4	4	4	4	5	33
66	4	4	4	4	4	4	4	4	32
67	4	5	5	4	5	5	5	4	37
68	5	4	5	5	4	5	5	5	38
69	4	5	4	3	5	4	4	3	32
70	5	5	5	4	5	5	5	4	38
71	4	4	4	5	4	5	4	5	35
72	3	4	4	4	4	4	4	4	31
73	4	4	3	5	4	3	3	5	31
74	3	5	5	5	5	5	5	5	38
75	5	5	4	5	5	4	4	5	37
76	5	5	5	4	5	5	5	4	38
77	3	5	5	5	5	5	5	5	38
78	5	4	4	3	4	4	4	3	31
79	4	5	5	4	5	5	5	4	37
80	5	5	4	4	5	4	4	4	35
81	5	5	5	5	5	5	5	5	40
82	4	4	4	4	4	4	4	4	32
83	5	5	5	5	5	5	5	5	40
84	5	5	5	5	5	5	5	5	40
85	4	4	5	5	4	5	4	5	36
86	4	5	4	4	5	4	5	4	35
87	4	4	4	4	4	4	4	4	32
88	5	5	5	5	5	5	5	5	40
89	4	4	4	4	4	4	5	4	33
90	5	5	5	5	5	5	5	5	40
91	5	5	5	5	5	5	5	5	40
92	4	4	4	4	4	4	4	4	32
93	5	5	5	5	5	5	5	5	40
94	5	5	5	5	5	5	5	5	40



Lampiran 4. Karakteristik Responden

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	18	19,1%
2.	Perempuan	76	80,9%

b. Berdasarkan Usia

Tabel 4.2

Karakteristik Responden berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	17-20 tahun	17	18,1%
2.	20-30 tahun	45	47,9%
3.	30-40 tahun	29	30,9%
4.	40-50 tahun	3	3,2%

c. Berdasarkan Status

Tabel 4.3

Karakteristik Responden berdasarkan Status

No.	Status	Jumlah	Persentase (%)
1.	Belum Menikah	63	67%
2.	Menikah	31	33%

d. Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4

Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	5	5,3%
2.	PNS	8	8,5%
3.	Swasta	10	10,6%
4.	Wiraswasta	19	20,2%
5.	Lain-lain	52	55,3



Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-,1170213
	Std. Deviation	1,78815460
Most Extreme Differences	Absolute	,088
	Positive	,088
	Negative	-,080
Test Statistic		,088
Asymp. Sig. (2-tailed)		,072 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan Tabel di atas diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,72 yang berarti nilai signifikansi lebih dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan seluruh data berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	9,941	1,742		5,707	,000		
	X1	,337	,079	,423	4,258	,000	,318	3,145
	X2	,428	,092	,461	4,641	,000	,318	3,145

a. Dependent Variable: Y

Dari hasil tersebut dapat dilihat pada Tabel di atas bahwa nilai *tolerance* masing-masing variabel sebesar 0,318 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 3,145 lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas atau tidak terjadi korelasi diantara variabel Iklan Media Televisi dan Iklan Media Sosial.

Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3,176	1,011		3,141	,002
	X1	,025	,046	,100	,547	,586
	X2	-,079	,054	-,270	-1,479	,143

a. Dependent Variable: ABSRES

Berdasarkan di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi masing-masing variabel sebesar 0,586 untuk Iklan Media Televisi (X1) dan 0,143 untuk Iklan Media Sosial (X2). Hal ini berarti nilai signifikansi seluruh variabel lebih dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik maka diketahui pada persamaan regresi bahwa distribusi data adalah normal, tidak terjadi gejala multikolinearitas dan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas sehingga model regresi bisa digunakan karena mendapatkan hasil prediksi yang baik atau bisa memberikan manfaat dengan benar.

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Luh Linda Astuti, lahir di Desa Tejakula pada tanggal 27 Agustus 1996, merupakan anak bungsu dari dua bersaudara. Dilahirkan oleh Ibu Luh Swastini. Penulis menyelesaikan pendidikan di SD N 1 Tejakula pada tahun 2008, lalu melanjutkan ke tingkat SMP N 1 Tejakula hingga 2010. Pada tahun 2014 tamat dari SMA N 1 Tejakula, dan di tahun 2014 penulis diterima sebagai mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.

Dengan doa dari keluarga, semangat, motivasi dan ketekunan tinggi untuk terus belajar dan berusaha. Penulis telah menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini. Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul “Pengaruh Iklan melalui Media Televisi dan Media Sosial terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik Merek Y.O.U di Singaraja”.