

DAFTAR REFERENSI

- Aries, M., & Sunarti, S. (2018). Pengaruh Word Of mouth terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian (Survei Pada Make up Artist yang Membeli dan Menggunakan Produk KRYOLAN di Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(3), 36–44.
- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Rajawali. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Brand Attitude And Purchase Intention. *Journal of Marketing Communications*, Vol.2, No.2 : 163-174.
- Dedi, Waluyo, E. T. B., & Setiawati, E. (2016). Implementasi E-commerce dengan Menggunakan Metode B2C (Business to Customer). *Jurnal SISFO TEK GLOBAL*, 6(2), 97–103.
- Feng, Christ. 2015. Profil Shopee. Electronic Document. <https://shopee.co.id>
- Indah, D. R., & Maulida, Z. (2017). Analisis Efektivitas Iklan Media Televisi Menggunakan EPIC Model (Studi Kasus Produk A Mild di Kota Langsa). *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (Jensi)*, 1(2), 137–149.
- Kotler, dan Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Erlangga. Jakarta.
- Kotler dan Philip. Kevin Lane Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 14 Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th global ed.). England: Pearson..
- Kotler, Philip and Garry Amstrong. 2012. Principles of Marketing. New Jersey: Pearson Education Limited
- Margahana, H. (2020). ANALISIS PENGARUH IKLAN ONLINE TERHADAP MINAT BELI: STUDI KASUS PENGGUNA APLIKASI E-COMMERCE DI OKU TIMUR Corresponding author: STUDI KASUS PENGGUNA APLIKASI E-COMMERCE DI OKU TIMUR. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(2), 145–154.
- Moriarty, Sandra; Nancy Mitchell; William Wells. 2011. Advertising. Edisi ke 8. Alih Bahasa: Triwibowo B.S. Kencana: Jakarta.
- Morissan. 2015. *Komunikasi Pemasaran terpadu*. Edisi Pertama. Jakarta: Prenadamedia Group

- Nasution, E. S. (2019). *PENGARUH PERSONAL SELLING DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK PERUMAHAN DI MEDAN (STUDI KASUS PT. WIRALAND PROPERTY GROUP DI MEDAN)*. 3(1), 325–333.
- Pradhan, et al. 2014. *Celebrity Endorsement: How Celebrity - Brand - User Personality Congruence Affects*.
- Prihastama, Brian Vicky. 2016. Pengaruh Diskon Harga dan Bonus Pack Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pelanggan Minimarket. *Jurnal Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Prodi, S., Bisnis, M., Ekonomi, F., & Telkom, U. (2017). (*Studi di Indonesia*) (*Study in Indonesia*) *Ranu Burhanudin*. 4(2), 1453–1459. SK no. 000.0150/JI.3.2/SK.ISSN/2014.05 (mulai edisi Vol. 1, No. 1, Mei 2014).
- Putra, E. W., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2016). KEPUTUSAN PEMBELIAN (*Study pada konsumen yang membeli produk diskon di Matahari Department Store Pasar Besar Malang*). *PENGARUH DISKON TERHADAP MINAT BELI SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Study Pada Konsumen Yang Membeli Produk Diskon Di Matahari Department Store Pasar Besar Malang*, 38(2), 184–193.
- Putra, N. I., Pangestuti, E., & Devita, L. D. R. (2018). Pengaruh Diskon dan Pemberian Hadiah Terhadap Pembelian Impulsif Pada Fashion Retail Matahari Department Store di Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(4), 1–9.
- Putra, N. N. (2020). *ANALISIS JENIS DAN DESAIN KEMASAN SNACK KERIPIK SINGKONG TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN* | *Jurnal Tata Boga*. 9(2). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-tata-boga/article/view/35681>
- Putra, W.E., Srikandi, K., & Edy, Y. (2016). Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 38(2) , 184-193.
- Qurthuby, M. M. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Dengan Konsep Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Respon Nasabah Mengambang Pada Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Di Wilayah Cibadak-Sukabumi). *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i1.4682>
- Rahayu, D. W. S. (2019). Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari Departement Store Kediri Town Square. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(2), 42–51. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v12i2.915>

- Rochman, Fajar Nur. 2016. Pengaruh Diskon Harga, Bonus Pack, dan In-store Display terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pada Giant Supermarket Yogyakarta). *Jurnal Manajemen-Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo*.
- Roshan, P. A. A., & Sudiksa, I. B. (2019). Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 5164. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p17>
- Sari, F. K., Safitri, N., Anggraini, W., & Economics, F. I. (2020). the Effect of Discounts, Electronic Word of Mouth (Ewom), and Price Towards Interest in Buying in Ecommerce. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 1(2), 125–143. SK no. 0005.27162044/JI.3.1/SK.ISSN/2020.01 - 28 Januari 2020 (mulai edisi Vol. 1, No. 2, Maret 2020).
- Savitri, N. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Minat Beli Pada Tokopedia Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(8), 253221. SK no. 0005.103/JI.3.2/SK.ISSN/2012.11 - 20 November 2012 (mulai edisi 20 November 2012).
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 53. <https://doi.org/10.33603/jibm.v3i1.2086>. SK no. 0005.25799312/JI.3.1/SK.ISSN/2017.05 - 16 Mei 2017 (mulai edisi Vol. 1, No. 1, Juni 2017).
- Suharyadi dan Purwanto. 2013. *Statistika: Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Edisi 2.
- Superwiratni, S. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Menginap Di Cottage Daarul Jannah. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 8(2), 99. <https://doi.org/10.17509/thej.v8i2.13743>
- Weismueller, J., Harrigan, P., Wang, S., & Soutar, G. N. (2020). Influencer endorsements: How advertising disclosure and source credibility affect consumer purchase intention on social media. *Australasian Marketing Journal*, xxxx. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2020.03.002>
- Winata, A., & Nurcahya, I. (2017). Pengaruh Iklan Pada Media Televisi Terhadap Minat Beli (Studi Pada Calon Konsumen Bukalapak.com Di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(10), 254826. SK no. 0005.103/JI.3.2/SK.ISSN/2012.11 - 20 November 2012 (mulai edisi 20 November 2012).

Zulfikar, A., & Subarsa, K. Y. (2019). Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Di Televisi Terhadap Brand Awareness Bukalapak Pada Pengunjung Kota Kasablanka. *Inter Komunika : Jurnal Komunikasi*, 4(1), 17. <https://doi.org/10.33376/ik.v4i1.288>

Lampiran 1. KUISIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Saudara/i

Konsumen / Pelanggan belanja *online* di *e-commerce* Shopee

Di tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka untuk menyelesaikan skripsi di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya memohon kesediaan Saudara/i agar berkenan untuk membantu saya memberikan jawaban atas kuesioner yang telah saya sajikan dalam lembar berikut ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui "Pengaruh Iklan Televisi, *Celebrity Endorser*, dan Minat Beli Konsumen di *e-commerce* Shopee (Studi pada Remaja di Kel. Kayumanis Jakarta Timur)".

Setiap jawaban/informasi yang diberikan akan sangat membantu penelitian ini. Data pribadi Saudara/i tidak akan dipublikasikan, sehingga Saudara/i dapat memberikan informasi dengan bebas. Kerahasiaan informasi yang diperoleh akan dijaga dengan baik dan informasi tersebut hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian saja.

Demikian permohonan ini saya sampaikan. Atas kerjasama dan kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

Jakarta, Januari 2021

Hormat saya,

Emma Zahra Muhfyani

A. Identitas Responden

1. **Nama:**
2. **Alamat E-mail:**
3. **Jenis Kelamin :**
 - **Pria**
 - **Wanita**
4. **Usia:**
 - **10-13**
 - **14-17**
 - **18-21**
 - **22-24**
5. **Pendidikan terakhir:**
 - **SD**
 - **SMP**
 - **SMA/SMK**
 - **D1/D2/D3**
 - **S1**
6. **Pekerjaan:**
 - **Pelajar/Mahasiswa**
 - **Wirausaha**

- **Pegawai Negri/Pegawai Swasta**
 - **Tidak Bekerja**
- 7. Sudah lebih dari berapa kali anda berbelanja melalui e-commerce Shopee ?**
- **2-3 kali**
 - **4-5 kali**
 - **6-8 kali**
 - **>8 kali**
- 8. Kapan terakhir anda berbelanja menggunakan e-commerce Shopee?**
- **3 hari yang lalu**
 - **1 minggu yang lalu**
 - **1 bulan yang lalu**
 - **3 bulan yang lalu**
- 9. Darimanakah anda mengetahui e-commerce Shopee?**
- **Iklan televisi**
 - **Teman/kerabat**
 - **Media cetak**
 - **Social media**
- B. Berilah tanda centang (√) pada salah satu kolom yang tersedia sesuai dengan pendapat anda.**

Keterangan : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS)

Iklan Televisi (X₁)

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Saya mempunyai kesan yang baik terhadap iklan yang ditampilkan e-commerce Shopee				
2.	Saya menyukai iklan yang ditampilkan				
3.	Saya tertarik dengan iklan yang ditampilkan				
4.	Minat beli saya meningkat setelah melihat iklan e-commerce Shopee				
5.	Saya mengetahui dengan baik tentang isi iklan yang disampaikan.				
6.	Iklan yang ditampilkan e-commerce Shopee memiliki kreatifitas yang tinggi				
7.	Informasi yang disampaikan iklan e-commerce Shopee sudah jelas				
8.	Kemampuan iklan dalam mengkomunikasikan pesan yang disampaikan sudah bagus				

Celebrity Endorser (X₂)

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

1.	Popularitas yang tinggi dimiliki si celebrity endorser membuat saya tertarik menggunakan e-commerce Shopee				
2.	Prestasi yang dimiliki celebrity endorser membuat saya lebih yakin menggunakan e-commerce Shopee				
3.	Status celebrity endorser yang berkedudukan tinggi memikat minat beli saya				
4.	Daya tarik yang kuat dimiliki si celebrity endorser				
5.	Celebrity endorser memiliki pengetahuan yang cukup baik mengenai e-commerce Shopee				
6.	Keterampilan yang ditunjukkan si celebrity endorser memikat minat beli saya				
7.	Saya meyakini bahwa celebrity endorser tersebut merupakan sumber informasi yang jujur				
8.	Celebrity endorser memiliki pengalaman yang baik dalam menginformasikan pesan				
9.	Saya mempercayai penuh informasi yang disampaikan si celebrity endorser				
10.	Keramahan yang ditunjukkan si celebrity endorser banyak disukai oleh masyarakat				
11.	Penampilan celebrity endorser yang menarik menimbulkan rasa minat beli saya				
12.	Kemampuan celebrity endorser dalam mempengaruhi pikiran saya untuk berbelanja di e-commerce Shopee				

13.	Kemampuan celebrity endorser dalam mempengaruhi sikap saya untuk berbelanja di e-commerce Shopee				
14.	Kemampuan celebrity endorser dalam mempengaruhi ingatan saya untuk berbelanja di e-commerce Shopee				
15.	Kemampuan celebrity endorser dalam mempengaruhi persepsi saya untuk berbelanja di e-commerce Shopee				

Promosi Diskon (X₃)

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	E-commerce Shopee memberi program berupa promosi potongan harga dengan semenarik mungkin				
2.	Kesesuaian waktu program berupa promosi potongan harga dibuat diwaktu yang tepat.				
3.	Program dalam pengurangan pembayaran menjadi pendukung penjualan dan minat beli konsumen				

Minat Beli Konsumen (Y)

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Pilihan berbagai macam produk dan kebutuhan lainnya yang disediakan mempengaruhi minat beli saya menggunakan e-commerce Shopee				
2.	Saya merefrensikan kebanyak orang untuk berbelanja melalui e-commerce Shopee				
3.	Saya mempertimbangkan terlebih dahulu untuk membeli kebutuhan melalui e-commerce Shopee				
4.	Saya mencari informasi mengenai kebutuhan atau keinginan lainnya di e-commerce Shopee				

Lampiran 2. Tabulasi Skor Pengumpulan Data Iklan Televisi (X₁)

No Responden	Nomor Butir Pernyataan								Total X ₁
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	3	2	3	2	3	3	3	4	23
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	3	3	3	4	4	4	28
5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
6	3	3	3	3	3	3	3	3	24
7	4	3	3	4	3	4	3	3	27
8	4	3	3	4	3	3	3	3	26
9	4	3	3	3	3	3	4	4	27
10	3	3	4	3	2	3	4	2	24
11	3	3	3	3	3	3	3	3	24
12	3	3	3	4	3	3	3	3	25
13	3	3	3	2	3	2	3	3	22
14	3	3	3	3	3	4	4	4	27
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	4	4	4	3	3	3	3	4	28
17	3	3	3	3	3	3	3	3	24
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32

No Responden	Nomor Butir Pernyataan								Total X ₁
	1	2	3	4	5	6	7	8	
20	4	4	3	3	3	3	3	3	26
21	3	3	3	4	3	3	3	3	25
22	4	3	3	3	3	3	3	3	25
23	3	3	3	3	3	3	3	3	24
24	3	3	3	3	4	4	3	4	27
25	3	3	3	3	3	4	4	3	26
26	4	3	3	2	3	3	3	3	24
27	3	3	3	3	3	3	3	3	24
28	3	3	3	3	3	3	3	3	24
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	4	3	3	4	3	4	4	4	29
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
33	3	3	3	3	3	3	3	3	24
34	3	3	3	3	4	3	3	3	25
35	4	4	4	4	4	4	4	3	31
36	3	3	3	3	3	3	3	3	24
37	4	4	3	3	3	4	2	4	27
38	3	3	3	3	4	3	3	3	25
39	4	4	4	4	4	3	4	4	31
40	3	3	4	3	3	3	3	3	25

No Responden	Nomor Butir Pernyataan								Total X ₁
	1	2	3	4	5	6	7	8	
41	4	3	3	3	3	3	3	4	26
42	4	3	3	4	3	3	3	3	26
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
44	4	3	3	3	4	4	4	4	29
45	4	4	4	4	4	4	4	4	32
46	3	3	3	3	3	3	3	3	24
47	3	3	3	3	3	3	3	3	24
48	4	4	4	4	4	4	4	4	32
49	3	3	3	3	3	3	3	3	24
50	4	4	4	4	4	4	4	4	32
51	4	4	4	3	2	4	3	3	27
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	4	4	4	4	4	3	3	4	30
54	3	3	3	2	3	3	3	3	23
55	3	3	2	2	3	2	3	3	21
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32
57	4	4	4	4	3	3	3	4	29
58	3	3	4	4	2	4	3	3	26
59	3	3	2	2	3	3	3	3	22
60	3	3	3	3	3	3	3	3	24
61	3	2	2	2	2	3	3	3	20

No Responden	Nomor Butir Pernyataan								Total X ₁
	1	2	3	4	5	6	7	8	
62	4	4	3	3	4	3	4	3	28
63	3	3	3	3	3	2	3	2	22
64	3	3	3	3	3	3	3	4	25
65	3	3	3	3	3	3	3	3	24
66	3	3	3	3	3	4	4	3	26
67	4	4	4	4	4	3	3	3	29
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	3	3	3	2	3	3	3	3	23
70	3	3	3	3	3	3	3	3	24
71	3	3	3	3	2	3	2	3	22
72	3	3	3	3	4	3	3	3	25
73	4	4	3	2	3	4	4	4	28
74	3	3	3	3	3	3	3	3	24
75	3	3	3	3	3	3	3	3	24
76	4	4	4	4	4	4	4	4	32
77	4	4	4	4	3	3	4	4	30
78	3	3	3	3	3	3	3	3	24
79	3	3	3	3	3	3	3	4	25
80	3	3	4	4	3	4	3	3	27
81	4	4	4	3	3	4	3	3	28
82	3	3	3	3	3	4	3	3	25

No Responden	Nomor Butir Pernyataan								Total X ₁
	1	2	3	4	5	6	7	8	
83	3	3	3	3	3	3	3	3	24
84	3	3	4	3	3	3	4	3	26
85	4	3	3	3	3	3	3	3	25
86	3	3	3	3	3	3	3	3	24
87	4	3	3	4	3	4	3	3	27
88	3	4	4	3	4	3	4	3	28
89	3	4	4	3	3	4	4	3	28
90	4	4	4	2	4	4	3	4	29
91	3	3	3	4	3	4	3	4	27
92	4	4	4	4	4	4	4	3	31
93	3	4	3	3	2	4	3	4	26
94	4	3	3	3	3	3	3	3	25
95	3	3	3	3	2	4	3	3	24
96	4	3	3	3	3	3	3	3	25
97	3	4	3	3	2	4	3	4	26
98	4	4	4	3	3	3	4	3	28
99	4	4	4	4	4	4	4	4	32
100	4	3	3	3	3	3	3	3	25
	348	337	334	325	323	339	334	337	2677

Lampiran 3. Tabulasi Skor Pengumpulan Data Celebrity Endorser (X₂)

No Responde n	No Butir Pernyataan															TOTAL L X ₂
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	47
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	48
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
6	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	39
7	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	52
8	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	51
9	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	52
10	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	2	3	3	45
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
12	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	50
13	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	37
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	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	47
17	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60

No Responde n	No Butir Pernyataan															TOTAL L X ₂
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	48
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
24	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	51
25	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	53
26	2	3	3	4	3	3	3	3	4	2	2	3	3	4	3	45
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
33	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	42
34	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	48
35	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	50
36	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	41

No Responde n	No Butir Pernyataan															TOTAL L X ₂
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
37	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	55
38	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	52
39	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	49
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
41	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	54
42	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	2	43
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
44	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	52
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
46	2	2	2	2	2	2	1	3	2	3	3	2	2	2	2	32
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
50	3	3	3	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	34
51	3	3	2	2	2	2	1	3	1	2	2	2	2	4	3	34
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
53	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	52
54	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	35

No Responde n	No Butir Pernyataan															TOTAL L X ₂
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
55	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	42
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
57	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	4	47
58	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	52
59	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	35
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
61	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	31
62	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	56
63	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	1	1	2	30
64	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	31
65	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	41
66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
67	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	44
68	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	58
69	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30
70	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	34
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45

No Responde n	No Butir Pernyataan															TOTAL L X ₂
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
73	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	2	2	2	2	2	41
74	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	4	4	44
75	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	52
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
77	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	50
78	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	43
79	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	48
80	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
81	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
82	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	46
83	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	47
84	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	49
85	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
86	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44
87	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	55
88	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	55
89	3	3	3	3	3	2	3	4	2	4	3	2	3	3	3	44
90	3	3	2	2	2	2	2	3	2	4	2	3	3	3	3	39

No Responde n	No Butir Pernyataan															TOTAL L X ₂
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
91	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	54
92	4	3	1	1	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	37
93	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	46
95	4	3	2	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	47
96	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	45
97	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	3	42
98	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	49
99	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
100	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	49
	327	319	317	325	314	316	308	332	309	330	324	310	308	320	319	4778

Lampiran 4. Tabulasi Skor Pengumpulan Data Promosi Diskon (X₃)

No Responden	Nomor Butir Pernyataan			TOTAL X₃
	1	2	3	
1	4	4	4	12
2	4	3	4	11
3	4	4	4	12
4	4	4	4	12
5	4	4	4	12
6	3	3	4	10
7	4	3	4	11
8	3	4	3	10
9	3	3	3	9
10	4	3	3	10
11	3	3	3	9
12	4	4	4	12
13	4	4	4	12
14	4	4	4	12
15	4	4	4	12
16	3	3	3	9
17	4	3	3	10
18	4	4	4	12

No Responden	Nomor Butir Pernyataan			TOTAL X ₃
	1	2	3	
19	4	4	4	12
20	3	3	3	9
21	3	3	3	9
22	4	3	4	11
23	3	3	3	9
24	4	3	3	10
25	3	4	3	10
26	4	2	2	8
27	3	3	3	9
28	3	3	3	9
29	4	4	4	12
30	4	4	4	12
31	4	4	4	12
32	4	4	4	12
33	3	3	3	9
34	3	3	3	9
35	3	4	3	10
36	3	3	3	9
37	4	4	3	11
38	4	3	4	11
39	4	4	4	12

No Responden	Nomor Butir Pernyataan			TOTAL X ₃
	1	2	3	
40	3	3	3	9
41	3	3	3	9
42	4	4	4	12
43	4	4	4	12
44	4	4	4	12
45	4	4	4	12
46	3	3	3	9
47	3	3	3	9
48	4	4	4	12
49	3	3	3	9
50	3	4	4	11
51	4	4	4	12
52	4	4	4	12
53	4	4	3	11
54	3	3	4	10
55	3	3	3	9
56	4	4	4	12
57	4	4	4	12
58	4	4	4	12
59	3	3	3	9
60	3	3	3	9

No Responden	Nomor Butir Pernyataan			TOTAL X ₃
	1	2	3	
61	3	3	3	9
62	4	4	4	12
63	3	3	4	10
64	4	4	4	12
65	3	3	4	10
66	4	3	4	11
67	3	4	3	10
68	3	4	4	11
69	3	3	3	9
70	3	3	3	9
71	3	3	3	9
72	3	3	3	9
73	4	4	4	12
74	4	4	4	12
75	4	4	4	12
76	4	4	4	12
77	4	4	4	12
78	4	4	4	12
79	3	3	3	9
80	3	3	3	9
81	3	3	3	9

No Responden	Nomor Butir Pernyataan			TOTAL X ₃
	1	2	3	
82	3	3	3	9
83	4	3	3	10
84	4	4	4	12
85	4	4	4	12
86	4	4	4	12
87	3	4	4	11
88	4	4	4	12
89	3	3	3	9
90	4	4	4	12
91	4	4	4	12
92	3	3	3	9
93	3	4	4	11
94	3	3	3	9
95	4	4	4	12
96	2	3	2	7
97	3	3	3	9
98	4	4	4	12
99	4	4	4	12
100	4	4	4	12
	354	352	354	1060

Lampiran 5. Tabulasi Skor Pengumpulan Data Minat Beli Konsumen (Y)

No Responden	Nomor Butir Pernyataan				TOTAL Y
	1	2	3	4	
1	4	4	4	4	16
2	3	3	3	3	12
3	4	4	4	4	16
4	4	3	3	3	13
5	4	4	4	4	16
6	3	3	3	4	13
7	3	4	3	4	14
8	4	3	3	3	13
9	3	3	3	3	12
10	4	3	4	3	14
11	3	3	3	3	12
12	4	3	4	4	15
13	4	4	3	4	15
14	4	4	4	4	16
15	4	4	4	4	16
16	3	3	2	3	11
17	3	3	3	3	12
18	4	4	4	4	16
19	4	4	4	4	16

No Responden	Nomor Butir Pernyataan				TOTAL Y
	1	2	3	4	
20	3	3	3	4	13
21	3	3	3	3	12
22	4	4	3	4	15
23	3	3	3	3	12
24	3	4	4	3	14
25	3	3	4	4	14
26	3	3	3	4	13
27	3	3	3	3	12
28	3	3	3	3	12
29	4	4	4	4	16
30	4	4	4	4	16
31	4	4	4	4	16
32	4	4	4	4	16
33	3	3	3	3	12
34	3	4	3	3	13
35	3	3	3	3	12
36	3	3	4	3	13
37	2	2	4	4	12
38	3	4	3	4	14
39	4	4	4	4	16
40	3	3	3	3	12

No Responden	Nomor Butir Pernyataan				TOTAL Y
	1	2	3	4	
41	3	3	3	3	12
42	4	3	4	4	15
43	4	4	4	4	16
44	4	4	4	4	16
45	4	4	4	4	16
46	3	3	3	3	12
47	3	3	3	3	12
48	4	4	4	4	16
49	4	4	3	4	15
50	4	4	2	4	14
51	4	4	4	4	16
52	4	4	4	4	16
53	4	3	3	4	14
54	4	3	3	3	13
55	3	2	3	4	12
56	4	4	4	4	16
57	4	4	4	4	16
58	4	3	3	4	14
59	3	3	4	4	14
60	3	3	3	3	12
61	3	3	4	4	14

No Responden	Nomor Butir Pernyataan				TOTAL Y
	1	2	3	4	
62	4	4	2	4	14
63	4	3	3	4	14
64	4	4	4	4	16
65	3	3	3	3	12
66	3	3	3	3	12
67	4	3	2	3	12
68	4	4	4	4	16
69	3	2	3	3	11
70	3	3	3	3	12
71	3	3	3	3	12
72	3	3	3	3	12
73	4	4	4	4	16
74	3	4	3	3	13
75	4	3	2	4	13
76	4	4	4	4	16
77	4	4	2	4	14
78	4	4	3	3	14
79	3	3	3	3	12
80	3	3	3	3	12
81	3	3	3	4	13
82	3	3	3	3	12

No Responden	Nomor Butir Pernyataan				TOTAL Y
	1	2	3	4	
83	3	3	3	3	12
84	4	3	2	4	13
85	4	4	2	4	14
86	4	3	2	4	13
87	3	3	4	4	14
88	4	3	3	4	14
89	3	4	4	4	15
90	4	4	4	4	16
91	4	3	2	4	13
92	3	3	3	3	12
93	3	3	3	3	12
94	3	3	3	3	12
95	3	4	2	3	12
96	3	2	3	3	11
97	3	3	4	3	13
98	4	4	4	4	16
99	4	3	2	4	13
100	4	4	2	4	14
	350	338	325	358	1371

Lampiran 6. Deskripsi Data Responden

No Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Sudah lebih dari berapa kali anda berbelanja melalui e-commerce Shopee ?	Kapan terakhir anda berbelanja menggunakan e-commerce Shopee?	Darimanakah anda mengetahui e-commerce Shopee?
1	Wanita	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Iklan Televisi
2	Pria	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	4-5 Kali	1 Bulan yang lalu	Teman/Kerabat
3	Wanita	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Iklan Televisi
4	Pria	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	4-5 Kali	1 Minggu yang lalu	Sosial Media
5	Wanita	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 4.500.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Sosial Media
6	Pria	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	> 8 Kali	1 Minggu yang lalu	Sosial Media
7	Wanita	22-24	S1	Pegawai Negeri/Pegawai Swasta	> Rp. 4.500.000	4-5 Kali	1 Minggu yang lalu	Sosial Media
8	Pria	22-24	S1	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 4.500.000	> 8 Kali	1 Minggu yang lalu	Sosial Media
9	Wanita	22-24	S1	Pegawai Negeri/Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000 - 4.000.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Sosial Media

No Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Sudah lebih dari berapa kali anda berbelanja melalui e-commerce Shopee ?	Kapan terakhir anda berbelanja menggunakan e-commerce Shopee?	Darimanakah anda mengetahui e-commerce Shopee?
10	Pria	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 4.500.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Iklan Televisi
11	Wanita	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 3.000.000 - 4.000.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Sosial Media
12	Wanita	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 3.000.000 - 4.000.000	> 8 Kali	1 Bulan yang lalu	Sosial Media
13	Wanita	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 3.000.000 - 4.000.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Iklan Televisi
14	Wanita	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - 2.000.000	> 8 Kali	1 Bulan yang lalu	Sosial Media
15	Pria	22-24	S1	Pegawai Negeri/Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000 - 4.000.000	4-5 Kali	1 Minggu yang lalu	Teman/Kerabat
16	Wanita	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	> 8 Kali	1 Bulan yang lalu	Iklan Televisi

No Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Sudah lebih dari berapa kali anda berbelanja melalui e-commerce Shopee ?	Kapan terakhir anda berbelanja menggunakan e-commerce Shopee?	Darimanakah anda mengetahui e-commerce Shopee?
17	Wanita	18-21	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	> 8 Kali	1 Minggu yang lalu	Sosial Media
18	Wanita	14-17	SMP	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	4-5 Kali	1 Minggu yang lalu	Teman/Kerabat
19	Wanita	14-17	SMP	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	4-5 Kali	1 Minggu yang lalu	Teman/Kerabat
20	Wanita	18-21	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - 2.000.000	> 8 Kali	1 Minggu yang lalu	Sosial Media
21	Pria	22-24	S1	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Iklan Televisi
22	Wanita	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	6-8 Kali	3 Hari yang lalu	Iklan Televisi
23	Pria	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	4-5 Kali	3 Bulan yang lalu	Sosial Media
24	Pria	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - 2.000.000	> 8 Kali	1 Bulan yang lalu	Sosial Media
25	Pria	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - 2.000.000	4-5 Kali	1 Minggu yang lalu	Sosial Media

No Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Sudah lebih dari berapa kali anda berbelanja melalui e-commerce Shopee ?	Kapan terakhir anda berbelanja menggunakan e-commerce Shopee?	Darimanakah anda mengetahui e-commerce Shopee?
26	Pria	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	2-3 Kali	1 Minggu yang lalu	Teman/Kerabat
27	Wanita	18-21	SMA/S MK	Tidak Bekerja	< Rp. 500.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Sosial Media
28	Wanita	22-24	SMA/S MK	Pegawai Negri/Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000 - 4.000.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Sosial Media
29	Wanita	22-24	D1/D2/D3	Wirusaha	Rp. 1.000.000 - 2.000.000	6-8 Kali	3 Hari yang lalu	Iklan Televisi
30	Pria	22-24	S1	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 4.500.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Sosial Media
31	Wanita	22-24	D1/D2/D3	Wirusaha	Rp. 3.000.000 - 4.000.000	> 8 Kali	1 Minggu yang lalu	Sosial Media
32	Wanita	22-24	SMA/S MK	Wirusaha	> Rp. 4.500.000	4-5 Kali	1 Minggu yang lalu	Teman/Kerabat
33	Pria	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	> 8 Kali	1 Bulan yang lalu	Teman/Kerabat

No Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Sudah lebih dari berapa kali anda berbelanja melalui e-commerce Shopee ?	Kapan terakhir anda berbelanja menggunakan e-commerce Shopee?	Darimanakah anda mengetahui e-commerce Shopee?
34	Pria	18-21	SMA/S MK	Wirusaha	Rp. 1.000.000 - 2.000.000	2-3 Kali	3 Hari yang lalu	Teman/Kerabat
35	Wanita	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Iklan Televisi
36	Wanita	14-17	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	> 8 Kali	1 Minggu yang lalu	Iklan Televisi
37	Pria	10-13	SMP	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 4.500.000	> 8 Kali	1 Bulan yang lalu	Sosial Media
38	Pria	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 3.000.000 - 4.000.000	> 8 Kali	1 Minggu yang lalu	Sosial Media
39	Pria	22-24	SMA/S MK	Tidak Bekerja	> Rp. 4.500.000	> 8 Kali	1 Bulan yang lalu	Teman/Kerabat
40	Wanita	22-24	SMA/S MK	Pegawai Negri/Pegawai Swasta	> Rp. 4.500.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Sosial Media
41	Pria	22-24	S1	Pegawai Negri/Pegawai Swasta	> Rp. 4.500.000	2-3 Kali	3 Bulan yang lalu	Media Cetak

No Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Sudah lebih dari berapa kali anda berbelanja melalui e-commerce Shopee ?	Kapan terakhir anda berbelanja menggunakan e-commerce Shopee?	Darimanakah anda mengetahui e-commerce Shopee?
42	Wanita	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	> 8 Kali	1 Minggu yang lalu	Sosial Media
43	Pria	14-17	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	4-5 Kali	1 Minggu yang lalu	Sosial Media
44	Pria	22-24	SMA/S MK	Pegawai Negri/Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000 - 4.000.000	4-5 Kali	3 Hari yang lalu	Sosial Media
45	Wanita	22-24	S1	Tidak Bekerja	< Rp. 500.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Sosial Media
46	Wanita	22-24	D1/D2/D3	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	> 8 Kali	1 Bulan yang lalu	Sosial Media
47	Wanita	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	> 8 Kali	1 Minggu yang lalu	Teman/Kerabat
48	Pria	10-13	SMP	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	6-8 Kali	1 Minggu yang lalu	Iklan Televisi
49	Wanita	22-24	S1	Pegawai Negri/Pegawai Swasta	> Rp. 4.500.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Sosial Media
50	Wanita	22-24	S1	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - 2.000.000	> 8 Kali	1 Minggu yang lalu	Sosial Media

No Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Sudah lebih dari berapa kali anda berbelanja melalui e-commerce Shopee ?	Kapan terakhir anda berbelanja menggunakan e-commerce Shopee?	Darimanakah anda mengetahui e-commerce Shopee?
51	Wanita	18-21	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Sosial Media
52	Wanita	22-24	S1	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 3.000.000 - 4.000.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Sosial Media
53	Wanita	22-24	S1	Wirusaha	< Rp. 500.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Sosial Media
54	Wanita	18-21	D1/D2/D3	Tidak Bekerja	< Rp. 500.000	> 8 Kali	1 Bulan yang lalu	Teman/Kerabat
55	Pria	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 3.000.000 - 4.000.000	2-3 Kali	1 Minggu yang lalu	Iklan Televisi
56	Wanita	22-24	S1	Pegawai Negri/Pegawai Swasta	> Rp. 4.500.000	6-8 Kali	3 Hari yang lalu	Iklan Televisi
57	Wanita	22-24	S1	Pegawai Negri/Pegawai Swasta	> Rp. 4.500.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Iklan Televisi

No Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Sudah lebih dari berapa kali anda berbelanja melalui e-commerce Shopee ?	Kapan terakhir anda berbelanja menggunakan e-commerce Shopee?	Darimanakah anda mengetahui e-commerce Shopee?
58	Pria	22-24	D1/D2/D3	Wirusaha	Rp. 3.000.000 - 4.000.000	2-3 Kali	1 Bulan yang lalu	Iklan Televisi
59	Wanita	18-21	S1	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	> 8 Kali	1 Minggu yang lalu	Iklan Televisi
60	Wanita	18-21	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Teman/Kerabat
61	Pria	22-24	S1	Tidak Bekerja	Rp. 1.000.000 - 2.000.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Iklan Televisi
62	Wanita	18-21	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Iklan Televisi
63	Wanita	18-21	S1	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - 2.000.000	6-8 Kali	1 Minggu yang lalu	Sosial Media
64	Pria	22-24	S1	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - 2.000.000	> 8 Kali	1 Minggu yang lalu	Media Cetak

No Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Sudah lebih dari berapa kali anda berbelanja melalui e-commerce Shopee ?	Kapan terakhir anda berbelanja menggunakan e-commerce Shopee?	Darimanakah anda mengetahui e-commerce Shopee?
65	Wanita	18-21	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - 2.000.000	> 8 Kali	1 Minggu yang lalu	Sosial Media
66	Pria	22-24	S1	Wirusaha	Rp. 1.000.000 - 2.000.000	> 8 Kali	3 Bulan yang lalu	Sosial Media
67	Wanita	22-24	SMA/S MK	Tidak Bekerja	Rp. 1.000.000 - 2.000.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Iklan Televisi
68	Pria	22-24	S1	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	> 8 Kali	1 Bulan yang lalu	Sosial Media
69	Wanita	22-24	SMA/S MK	Pegawai Negri/Pegawai Swasta	> Rp. 4.500.000	> 8 Kali	1 Bulan yang lalu	Teman/Kerabat
70	Wanita	18-21	S1	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Sosial Media
71	Wanita	22-24	SMA/S MK	Pegawai Negri/Pegawai Swasta	> Rp. 4.500.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Sosial Media

No Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Sudah lebih dari berapa kali anda berbelanja melalui e-commerce Shopee ?	Kapan terakhir anda berbelanja menggunakan e-commerce Shopee?	Darimanakah anda mengetahui e-commerce Shopee?
72	Wanita	18-21	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	6-8 Kali	1 Minggu yang lalu	Sosial Media
73	Pria	22-24	S1	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - 2.000.000	> 8 Kali	1 Minggu yang lalu	Iklan Televisi
74	Wanita	22-24	SMA/S MK	Wirusaha	Rp. 3.000.000 - 4.000.000	> 8 Kali	1 Bulan yang lalu	Sosial Media
75	Wanita	10-13	SD	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	4-5 Kali	1 Minggu yang lalu	Iklan Televisi
76	Wanita	14-17	SMP	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	4-5 Kali	1 Minggu yang lalu	Sosial Media
77	Wanita	22-24	S1	Pegawai Negeri/Pegawai Swasta	> Rp. 4.500.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Iklan Televisi
78	Wanita	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - 2.000.000	2-3 Kali	3 Hari yang lalu	Sosial Media
79	Wanita	22-24	S1	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	4-5 Kali	1 Bulan yang lalu	Iklan Televisi

No Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Sudah lebih dari berapa kali anda berbelanja melalui e-commerce Shopee ?	Kapan terakhir anda berbelanja menggunakan e-commerce Shopee?	Darimanakah anda mengetahui e-commerce Shopee?
80	Pria	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - 2.000.000	2-3 Kali	3 Bulan yang lalu	Sosial Media
81	Wanita	22-24	S1	Wirusaha	Rp. 3.000.000 - 4.000.000	6-8 Kali	1 Bulan yang lalu	Sosial Media
82	Pria	22-24	S1	Pegawai Negri/Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - 2.000.000	2-3 Kali	3 Bulan yang lalu	Iklan Televisi
83	Pria	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	2-3 Kali	3 Bulan yang lalu	Teman/Kerabat
84	Wanita	22-24	D1/D2/D3	Pegawai Negri/Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000 - 4.000.000	> 8 Kali	1 Minggu yang lalu	Teman/Kerabat
85	Wanita	22-24	S1	Wirusaha	Rp. 1.000.000 - 2.000.000	> 8 Kali	1 Minggu yang lalu	Sosial Media
86	Pria	18-21	SMA/S MK	Wirusaha	Rp. 1.000.000 - 2.000.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Iklan Televisi

No Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Sudah lebih dari berapa kali anda berbelanja melalui e-commerce Shopee ?	Kapan terakhir anda berbelanja menggunakan e-commerce Shopee?	Darimanakah anda mengetahui e-commerce Shopee?
87	Wanita	18-21	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Sosial Media
88	Wanita	18-21	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - 2.000.000	6-8 Kali	3 Bulan yang lalu	Sosial Media
89	Wanita	22-24	S1	Pegawai Negri/Pegawai Swasta	> Rp. 4.500.000	> 8 Kali	1 Minggu yang lalu	Teman/Kerabat
90	Wanita	22-24	S1	Pegawai Negri/Pegawai Swasta	> Rp. 4.500.000	> 8 Kali	1 Bulan yang lalu	Sosial Media
91	Wanita	22-24	S1	Pegawai Negri/Pegawai Swasta	> Rp. 4.500.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Iklan Televisi
92	Wanita	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - 2.000.000	> 8 Kali	1 Minggu yang lalu	Sosial Media
93	Wanita	22-24	S1	Pegawai Negri/Pegawai Swasta	> Rp. 4.500.000	> 8 Kali	1 Bulan yang lalu	Iklan Televisi

No Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Sudah lebih dari berapa kali anda berbelanja melalui e-commerce Shopee ?	Kapan terakhir anda berbelanja menggunakan e-commerce Shopee?	Darimanakah anda mengetahui e-commerce Shopee?
94	Wanita	22-24	S1	Pegawai Negri/Pegawai Swasta	> Rp. 4.500.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Sosial Media
95	Wanita	22-24	S1	Pegawai Negri/Pegawai Swasta	> Rp. 4.500.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Sosial Media
96	Pria	18-21	S1	Pegawai Negri/Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000 - 4.000.000	> 8 Kali	1 Bulan yang lalu	Sosial Media
97	Wanita	22-24	S1	Tidak Bekerja	< Rp. 500.000	> 8 Kali	1 Bulan yang lalu	Iklan Televisi
98	Wanita	22-24	SMA/S MK	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - 2.000.000	> 8 Kali	3 Hari yang lalu	Iklan Televisi
99	Pria	22-24	S1	Tidak Bekerja	< Rp. 500.000	2-3 Kali	1 Bulan yang lalu	Iklan Televisi
100	Pria	10-13	SD	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	6-8 Kali	1 Minggu yang lalu	Iklan Televisi

Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Iklan Televisi (X₁)

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.622**	.513**	.482**	.481**	.377**	.416**	.469**	.728**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.622**	1	.733**	.484**	.511**	.511**	.537**	.524**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.513**	.733**	1	.618**	.490**	.472**	.563**	.374**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.482**	.484**	.618**	1	.450**	.478**	.422**	.361**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.481**	.511**	.490**	.450**	1	.285**	.542**	.445**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.004	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.377**	.511**	.472**	.478**	.285**	1	.490**	.546**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.004		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.416**	.537**	.563**	.422**	.542**	.490**	1	.425**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.469**	.524**	.374**	.361**	.445**	.546**	.425**	1	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	.728**	.824**	.803**	.738**	.713**	.700**	.736**	.693**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran 8. Hasil Uji Validitas *Celebrity Endorser (X₂)*

		Correlations															
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.708**	.585**	.625**	.533**	.620**	.566**	.548**	.565**	.592**	.528**	.660**	.635**	.543**	.590**	.761**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.708**	1	.712**	.695**	.603**	.622**	.621**	.614**	.648**	.506**	.543**	.703**	.720**	.649**	.673**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.585**	.712**	1	.727**	.751**	.771**	.666**	.609**	.696**	.536**	.550**	.691**	.677**	.578**	.688**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.625**	.695**	.727**	1	.744**	.781**	.649**	.643**	.697**	.522**	.611**	.644**	.659**	.604**	.516**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.533**	.603**	.751**	.744**	1	.760**	.612**	.554**	.639**	.508**	.523**	.581**	.576**	.482**	.545**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.620**	.622**	.771**	.781**	.760**	1	.692**	.649**	.724**	.547**	.644**	.722**	.662**	.630**	.585**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.566**	.621**	.666**	.649**	.612**	.692**	1	.627**	.745**	.622**	.543**	.693**	.749**	.622**	.622**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	.548**	.614**	.609**	.643**	.554**	.649**	.627**	1	.650**	.683**	.563**	.640**	.651**	.584**	.638**	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	.565**	.648**	.696**	.697**	.639**	.724**	.745**	.650**	1	.548**	.586**	.748**	.703**	.566**	.563**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	.592**	.506**	.536**	.522**	.508**	.547**	.622**	.683**	.548**	1	.597**	.585**	.572**	.462**	.510**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.11	Pearson Correlation	.528**	.543**	.550**	.611**	.523**	.644**	.543**	.563**	.586**	.597**	1	.682**	.650**	.577**	.534**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.12	Pearson Correlation	.660**	.703**	.691**	.644**	.581**	.722**	.693**	.640**	.748**	.585**	.682**	1	.749**	.732**	.707**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.13	Pearson Correlation	.635**	.720**	.677**	.659**	.576**	.662**	.749**	.651**	.703**	.572**	.650**	.749**	1	.716**	.716**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.14	Pearson Correlation	.543**	.649**	.578**	.604**	.482**	.630**	.622**	.584**	.566**	.462**	.577**	.732**	.716**	1	.788**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.15	Pearson Correlation	.590**	.673**	.688**	.516**	.545**	.585**	.622**	.638**	.563**	.510**	.534**	.707**	.716**	.788**	1	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	.761**	.822**	.845**	.835**	.778**	.860**	.830**	.788**	.834**	.717**	.753**	.868**	.861**	.786**	.796**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Promosi Diskon (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.592**	.677**	.858**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.592**	1	.714**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.677**	.714**	1	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Total_X3	Pearson Correlation	.858**	.873**	.908**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Minat Beli Konsumen (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.582**	.129	.585**	.746**
	Sig. (2-tailed)		.000	.199	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.582**	1	.306**	.467**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.129	.306**	1	.288**	.641**
	Sig. (2-tailed)	.199	.002		.004	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.585**	.467**	.288**	1	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004		.000
	N	100	100	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	.746**	.793**	.641**	.764**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Lampiran 11. Hasil Uji Reabilitas Iklan Televisi (X₁)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.882	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	23.29	8.349	.641	.868
X1.2	23.40	7.939	.759	.856
X1.3	23.43	7.965	.730	.859
X1.4	23.52	7.868	.627	.870
X1.5	23.54	8.109	.605	.872
X1.6	23.38	8.278	.596	.872
X1.7	23.43	8.268	.648	.867
X1.8	23.40	8.384	.592	.872

Lampiran 12. Hasil Uji Reabilitas *Celebrity Endorser* (X₂)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.962	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	44.51	57.101	.726	.960
X2.2	44.59	56.729	.796	.959
X2.3	44.61	55.473	.818	.959
X2.4	44.53	55.524	.806	.959
X2.5	44.64	56.213	.741	.960
X2.6	44.62	55.369	.836	.958
X2.7	44.70	54.859	.798	.959
X2.8	44.46	57.625	.760	.960
X2.9	44.69	55.246	.803	.959
X2.10	44.48	57.949	.679	.961
X2.11	44.54	56.312	.712	.961
X2.12	44.68	55.917	.846	.958
X2.13	44.70	55.182	.836	.958
X2.14	44.58	56.125	.750	.960
X2.15	44.59	56.244	.762	.960

Lampiran 13. Hasil Uji Reabilitas Promosi Diskon (X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.854	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	7.06	.966	.686	.833
X3.2	7.08	.943	.714	.807
X3.3	7.06	.865	.780	.744

Lampiran 14. Hasil Uji Reabilitas Minat Beli Konsumen (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.700	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	10.21	1.703	.541	.604
Y.2	10.33	1.557	.594	.565
Y.3	10.46	1.746	.290	.780
Y.4	10.13	1.710	.583	.585

Lampiran 15. Hasil Analisis Koefisien Korelasi (r)

Korelasi Iklan Televisi (X_1), Celebrity Endorser (X_2) dan Promosi Diskon (X_3) terhadap Minat Beli Konsumen (Y)

Correlations

		IKLAN TELEVISI	CELEBRITY ENDORSER	PROMOSI DISKON	MINAT BELI KONSUMEN
IKLAN TELEVISI	Pearson Correlation	1	.667**	.531**	.605**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
CELEBRITY ENDORSER	Pearson Correlation	.667**	1	.481**	.461**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
PROMOSI DISKON	Pearson Correlation	.531**	.481**	1	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
MINAT BELI KONSUMEN	Pearson Correlation	.605**	.461**	.715**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Lampiran 16. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial Iklan Televisi (X₁) terhadap Minat Beli Konsumen (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	.605 ^a	.367	.360	1.318	.367	56.712	1	98	.000

a. Predictors: (Constant), IKLAN TELEVISI

Lampiran 17. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial *Celebrity Endorser* (X₂) terhadap Minat Beli Konsumen (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	.461 ^a	.213	.205	1.469	.213	26.452	1	98	.000

a. Predictors: (Constant), CELEBRITY ENDORSER

Lampiran 18. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial Promosi Diskon (X₃) terhadap Minat Beli Konsumen (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	.715 ^a	.511	.506	1.157	.511	102.583	1	98	.000

a. Predictors: (Constant), PROMOSI DISKON

Lampiran 19. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Berganda

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	.763 ^a	.583	.570	1.08061	.583	44.672	3	96	.000

a. Predictors: (Constant), PROMOSI DISKON , CELEBRITY ENDORSER , IKLAN TELEVISI

Lampiran 20. Hasil Uji t dan Uji F

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.547	.995		2.560	.012
	IKLAN TELEVISI (X1)	.167	.048	.327	3.502	.001
	CELEBRITY ENDORSER (X2)	-.005	.019	-.023	-.249	.804
	PROMOSI DISKON (X3)	.653	.094	.552	6.952	.000

a. Dependent Variable: MINAT BELI KONSUMEN (Y)

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	156.490	3	52.163	44.672	.000 ^b
	Residual	112.100	96	1.168		
	Total	268.590	99			

a. Dependent Variable: MINAT BELI KONSUMEN (Y)

b. Predictors: (Constant), PROMOSI DISKON (X3), CELEBRITY ENDORSER (X2), IKLAN TELEVISI (X1)

Lampiran 21. Surat Riset

**Kepada Yth
Kantor Kelurahan Kayu Manis
Jl. Kayu Manis VIII No.36
Jakarta Timur, 021-8516062**

Dengan Hormat,

Sesuai dengan ketentuan yang berlaku, setiap mahasiswa diwajibkan untuk menyusun Karya Tulis Akhir (Skripsi) dan mempertahankan dihadapan suatu panitia penguji sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Sehubungan dengan hal tersebut, mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) :

Nama : Emma Zahra Muhfyani

NPK : 21160000368

No. Handphone: 085717447948

Program Studi : S1 Manajemen

Judul KTA : PENGARUH IKLAN TELEVISI, CELEBRITY
ENDORSER DAN PROMOSI DISKON TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN DI E-COMMERCE
SHOPEE
(Studi pada Remaja di Kel. Kayumanis Jakarta Timur)

Bermaksud untuk mengadakan riset dalam bidang manajemen dengan topik yang ingin dibahas seperti yang dimuat dalam proposal penelitian terlampir pada Instansi yang Bapak/Ibu pimpin. Perlu kami tambahkan bahwa kode etik Perguruan Tinggi menjamin kerahasiaan data dan informasi yang diperoleh.

Sebagai bukti pelaksanaan riset, maka satu set laporan hasil penelitian (Skripsi) nantinya akan diserahkan kepada Manajemen Instansi oleh mahasiswa yang bersangkutan.

Demikianlah surat permohonan ini saya sampaikan, atas partisipasi dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

Ttd yang bersangkutan



Lampiran 22. Daftar Riwayat Hidup Peneliti

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI

Data Pribadi

Nama : Emma Zahra Muhfyani
NPM : 21160000368
Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 28 April 1998
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Kayumanis IV Baru RT 002 RW004 No.4
Jakarta Timur 13130
Telepon : 085717447948
Email : emuhfyani@gmail.com

Pendidikan Formal

SDN 18 Kelapa Hijau : Lulus Tahun 2010
SMPN 7 Jakarta : Lulus Tahun 2013
SMAN 22 Jakarta : Lulus Tahun 2016
STEI Indonesia : Tahun 2016 sampai sekarang

Pengalaman Organisasi

2010-2011 : Anggota Paskibra, Paduan Suara dan
Marcing Band SMPN 7 Jakarta
2017-2018 : Anggota Theater Teta di SMAN 22 Jakarta