

DAFTAR REFERENSI

- A Shimp, T. (2012). *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu) Jilid I, edisi Terjemahan,*. Jakarta: Erlangga.
- Abbas, A., Afshan, G., Aslam, I., & Ewaz, L. (2018). The Effect of Celebrity Endorsement on Customer Purchase Intention A Comparative Study . *Current Economics and Management Research*, Curr. Eco. Man. Res., 4(1)1-10, 2018.
- Ahmad, A. H., Idris, I., Mason, C., & Chow, S. K. (2019). The Impact of Young Celebrity Endorsements in Social Media Advertisements and Brand Image Towards the Purchase Intention of Young Consumers. *International Journal of Financial Research*, Vol. 10, No. 5,.
- Akun Instagram Chelsea Islan*. (2020). Retrieved from Instagram: <https://www.instagram.com/chelseaislan/>
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto Suharsimi. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dimelia, S., & Farid. (2019). Pengaruh Selebriti Endorser Instagram Terhadap Minat Beli Followers. *Prologia*, 247-254.
- Ferdinand, A. (2012). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indonesia, A. P. (2018). *Profil Pengguna Internet Indonsia*. Jakarta , Indonesia: APJII.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Meizary, A., & Yanto, P. S. (2018). Analisis Penggunaan Selebgram Terhadap Minat Beli Produk Fashion Kaway Lampung. *Seminar Nasional Teknologi dan Bisnis 2018*.
- Mubarak, D. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Indonesia Membangun*.
- Mubarok, D. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore STIE INABA Bandung). *JURNAL INDONESIA MEMBANGUN*.
- Nabila, M. (2019, May 16). *Survei APJII: Pengguna Internet di Indonesia Capai 171,17 Juta Sepanjang 2018*. Retrieved from dailysocial: <https://dailysocial.id/post/pengguna-internet-indonesia-2018>
- Ningrum, N. S. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen MD Clinic By Lazeta. *Bisnis Dan Iptek*, 141-152.
- Pertiwi, W. K. (2018, Maret 1). *Riset Ungkap Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia*. Retrieved from Kompas: <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>
- Pertiwi, W. K. (2019, November 11). *IDC: Oppo Peringkat Pertama Pasar Smartphone Indonesia Kuartal III 2019*. Retrieved from Kompas: <https://tekno.kompas.com/read/2019/11/14/12254257/idc-oppo-peringkat-pertama-pasar-smartphone-indonesia-kuartal-iii-2019>
- Pertiwi, W. K. (2019, November 14). *IDC: Oppo Peringkat Pertama Pasar Smartphone Indonesia Kuartal III 2019*. Retrieved from Kompas: <https://tekno.kompas.com/read/2019/11/14/12254257/idc-oppo-peringkat-pertama-pasar-smartphone-indonesia-kuartal-iii-2019>
- Putra, A. H., Ridha, A., & As'ad, A. (2018). Celebrity Endorser Pada Jejaring Sosial Instagram Untuk Menarik Minat Pembelian Calon Konsumen. *Economic Resources*.

- Rachmat, D. O., Ariyant, M., & Zuliestiana, D. A. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser di Media Sosial Instagram dalam Promosi Produk Hijab Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Zahratuljannah dan @Zoyagh). *e-Proceeding of Management*, 28-58.
- Rodiyaani, G., & Madiawati, P. N. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser Agnes Monica Terhadap Brand Image Pada Sampo Clear Women. *e-Proceeding of Management*, 39-42.
- Sampurno, N. V., Ciakrawinata, C. P., & R. J. (2019). Pengaruh Karakteristik Selebriti Endorser Terhadap Minat Beli Hotel Melalui Kesadaran Merek Sebagai Variabel Intervening Di Instagram. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, Vol 7 , No 1.
- Sarashadi, G., & Dewi, A. S. (2018). Pengaruh Penggunaan Vlogger Endorser Pada Iklan Dalam Membentuk Niat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 41-52.
- Savitri, N. W. (2017). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Minat Beli Pada Tokopedia Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2010). *Consumer Behaviour (10th ed)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sekaran, Uma, & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis : Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua*. Jakarta Selatan 12610: Salemba Empat.
- Setiawan, L. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Green Tea Esprecielo Allure. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 53-60.
- Sugiyono. (2016). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhaila, H., Mazlan, S., & Fern, T. T. (2016). Determinants of The Effectiveness of Celebrity Endorsement in Advertisement. *The Journal of Developing Areas*, Volume 50, Number 5, 2016 (Special Issue) pp. 525-535.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Walker Jr, O. C., & Mullins, J. W. (2013). *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach, 8th Edition*,. McGraw-Hill International Edition.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr, Wb

Kepada Yth,

Saudara/i

Di tempat

Dengan hormat,

Saya mahasiswa STEI jurusan S1 Manajemen

Nama : Rizqi Khairi Marbun

NIM : 21160000347

Bermaksud membuat kuesioner ini sebagai pelengkap dalam penelitian yang sedang saya lakukan sebagai tugas akhir studi program strata satu yang sedang saya jalani agar dapat memperoleh gelar sarjana Manajemen (S,M) di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta. Dengan ini saya memohon kesediaan Saudara/i untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner yang saya sertakan dengan memilih jawaban sebaik-baiknya dan sejujur-jujurnya. Jawaban yang Saudara/i berikan tidak bernilai salah atau benar dan akan sangat bermanfaat bagi pengembangan ilmu dan penyelesaian tugas akhir saya. Identitas Saudara/i akan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan dalam penelitian ini.

Besar harapan saya kepada Saudara/i dalam pengisian kuesioner ini, atas perhatian dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum, Wr, Wb

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Data Umum Responden :

Nama lengkap		
Jenis kelamin	☐ Laki-laki	☐ Perempuan
Usia	☐ 16 - 20 Tahun ☐ 21 – 30 Tahun	
Pekerjaan	☐ Karyawan Swasta ☐ PNS ☐ Pelajar ☐ Mahasiswa	

Lanjutan Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

1. Kuesioner Variabel *Visibility* X1 (Kepopuleran)

NO	PERTANYAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Menurut Saudara/i Apakah Chelsea Islan terkenal dikalangan anak muda?					
2	Menurut anda, apakah Pengalaman yang dimiliki Chelsea Islan dalam dunia selebriti tidak diragukan lagi?					
3	Apakah Chelsea Islan memiliki pesona bintang sebagai artis dan public figure ?					
4	Menurut anda, apakah Chelsea islant pantas membintangi iklan Smartphone Oppo di Instagram ?					
5	Menurut Saudara/i Chelsea Islan sebagai Celebrity Endorsement mengetahui secara spesifik jenis produk yang akan di iklankan					

2. Kuesioner Variabel *Credibility* X2 (Kepercayaan)

NO	PERTANYAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Menurut anda apakah peran Selebgram Chelsea Islan telah terpenuhi berdasarkan prestasinya dan ditentukan oleh Oppo ?					
2	Menurut anda,apakah yang disampaikan oleh Selebgram Chelsea Islan sebagai endorser Smartphone Oppo dapat dipercaya ?					
3	Apakah Selebgram Chelsea Islan dipilih Oppo karena mempunyai prestasi dan pribadi yang baik?					
4	Menurut Anda apakah Selebgram Chelsea Islan pantas menjadi endorser smartphone oppo karena mempunyai karakter yang memotivasi?					
5	Menurut Saudara/i Chelsea Islan sebagai Celebrity Endorsement mengetahui secara spesifik jenis produk yang akan di iklankan ?					

Lanjutan Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

3. Kuesioner Variabel *Attraction* X3 (Daya Tarik)

NO	PERTANYAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Apakah Chelsea Islan memiliki paras yang mempesona dan sopan dalam berpakaian ?					
2	Menurut anda apakah Chelsea islan mengiklankan smartphone oppo sesuai dengan spesifikasinya ?					
3	Menurut anda apakah Selebgram Chelsea Islan merupakan idola bagi penggemarnya ?					
4	Menurut anda apakah Chelsea Islan sebagai brand ambassador sopan dalam berbicara kepada siapapun ?					
5	Apakah Chelsea islan memiliki karakter dan kriteria yang sesuai antara endorsement dan produk ?					

4. Kuesioner Variabel *Power* X4 (Kemampuan)

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Menurut anda apakah Setiap Chelsea Islan memposting iklan Smartphone Oppo banyak followers yang menyukai postingan tersebut ?					
2	Menurut Anda apakah Chelsea Islan sangat dekat dan ramah dengan followers atau fans-fansnya ?					
3	Menurut anda apakah Chelsea Islan memiliki pengaruh yang kuat terhadap merek yang diwakilinya (Oppo) ?					
4	Apakah Penyampaian iklan yang dilakukan Chelsea Islan sangat jelas dan mudah dipahami sehingga membuat anda tertarik ?					

Lanjutan Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

5. Kuesioner Variabel Minat Beli (Y)

NO	PERTANYAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Apakah Endorsement yang dilakukan Chelsea Islan dapat memberikan pengaruh minat beli anda ?					
2	Apakah anda merekomendasikan kepada rekan serta keluarga anda untuk membeli smartphone Oppo ?					
3	Apakah anda akan membeli smartphone Oppo karena Spesifikasi yang di-endorse Chelsea Islan sesuai dengan kebutuhan anda ?					
4	Menurut anda apakah Setelah melihat endorsement yang dilakukan Chelsea Islan muncul keinginan untuk membeli Smartphone Oppo ?					

Lampiran 2. Tabulasi Kriteria Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
1	Faturahman	Laki Laki	21-30	Mahasiswa
2	Sinan	Laki Laki	21-30	Karyawan Swasta
3	Muji hidayah	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
4	Cakra Bhirawa	Laki Laki	21-30	Mahasiswa
5	Shilfiyah fauziah	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
6	Novaldy	Laki Laki	21-30	Karyawan Swasta
7	Rosi Elfira Tama	Perempuan	21-30	Mahasiswa
8	Mahesha Aghni	Laki Laki	21-30	Karyawan Swasta
9	Yulisa	Perempuan	21-30	Mahasiswa
10	Ligar Pusoa	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
11	Gabriela Damayanti	Perempuan	16 - 20	Mahasiswa
12	Rachma Nur	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
13	Dewi Fitri Rahayu	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
14	ANDRE DIO ANGGEH SAPUTRO	Laki Laki	21-30	Karyawan Swasta
15	WIJI TRI CAHYANI	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
16	Refin julianto	Laki Laki	21-30	Karyawan Swasta
17	Maryani	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
18	Tri sudiyati	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
19	Maghita Diarini Rosandra	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
20	NURUL AIDARANI	Perempuan	21-30	Mahasiswa
21	M RIZKI SUPIANI	Laki Laki	21-30	Karyawan Swasta
22	SAEPUL ANWAR	Laki Laki	21-30	Karyawan Swasta

Lanjutan Lampiran 2. Tabulasi Kriteria Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
23	Yuni Lesmana Sari	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
24	Agung maulana	Laki Laki	21-30	Karyawan Swasta
25	Santi Rusmawati	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
26	Resky indah sakila	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
27	Chandra Melina	Perempuan	16 - 20	Mahasiswa
28	Muh. Baidhowi Syafrisyah	Laki Laki	21-30	Karyawan Swasta
29	Yana	Laki Laki	21-30	Karyawan Swasta
30	Retno Julia Rahayu	Perempuan	16 - 20	Mahasiswa
31	Sulastri	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
32	Felia Intan	Perempuan	21-30	Mahasiswa
33	Ajeng Mutiara Nanda	Perempuan	21-30	Mahasiswa
34	ita susanti	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
35	Fathir	Laki Laki	21-30	PNS
36	Abrilia audiatama	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
37	Marthin Anthoni	Laki Laki	21-30	Mahasiswa
38	Andre anju limbong	Laki Laki	21-30	Karyawan Swasta
39	Amalia Savitri	Perempuan	16 - 20	Mahasiswa
40	NAOMI	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
41	ioannes	Laki Laki	16 - 20	Mahasiswa
42	Geovanny	Perempuan	21-30	Mahasiswa
43	Achmad faris	Laki Laki	21-30	Karyawan Swasta
44	Desi Ratna suryani	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
45	Sinta rusmi	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta

Lanjutan Lampiran 2. Tabulasi Kriteria Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
46	Nela gustriani	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
47	Nuraini	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
48	Nurlaely	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
49	Fanny	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
50	reza agustine	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
51	rika fitria dewi	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
52	Serly Gustina	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
53	Felia Intan	Perempuan	21-30	Mahasiswa
54	Putri Alyani Fauzianafia	Perempuan	16 - 20	Mahasiswa
55	Nurul hasanah	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
56	Dewi sariwanti	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
57	Cinta Issabellila Minotty	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
58	Roby ferdiansyah	Laki Laki	21-30	Karyawan Swasta
59	Setia rakhmawati	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
60	Abel niz	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
61	Achmad Fauzi	Laki Laki	21-30	Karyawan Swasta
62	Ramako Bambang Febrianto	Laki Laki	21-30	Karyawan Swasta
63	Desi prahasini	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
64	Susana tria ratnasari	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
65	Siti Fitriah	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta

Lanjutan Lampiran 2. Tabulasi Kriteria Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
66	oka sukmana	Laki Laki	21-30	Karyawan Swasta
67	Endiani safitri	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
68	arpandi harahap	Laki Laki	21-30	Karyawan Swasta
69	Rosianda Prakoso	Laki Laki	21-30	Karyawan Swasta
70	Sukma intan Rahmawati	Perempuan	16 - 20	Karyawan Swasta
71	Zizi nurul huda	Perempuan	21-30	Mahasiswa
72	Alysya Maoedya Kharisma Rosyak	Perempuan	21-30	Mahasiswa
73	Mei	Perempuan	21-30	Mahasiswa
74	Dewi	Perempuan	21-30	Mahasiswa
75	Panji suntoro	Laki Laki	21-30	Karyawan Swasta
76	Nova Dwi Rizki	Perempuan	16 - 20	Mahasiswa
77	Christine	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
78	Wil	Perempuan	21-30	Mahasiswa
79	Andre anju limbong	Laki Laki	21-30	Karyawan Swasta
80	Tresnawati	Perempuan	21-30	Mahasiswa
81	Nadya Faridha Ananta Sutresno	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
82	Indra Mualim Hasibuan	Laki Laki	21-30	Mahasiswa
83	Tasya	Perempuan	21-30	Mahasiswa
84	Deni dwi	Laki Laki	16 - 20	Pelajar
85	Nurul afidah	Perempuan	21-30	Mahasiswa
86	Rafli nur	Laki Laki	21-30	Karyawan Swasta
87	M Fahmi	Laki Laki	21-30	Mahasiswa
88	Savira	Perempuan	16 - 20	Pelajar
89	Rachmat gunaevy	Laki Laki	21-30	Karyawan Swasta
90	Ermansyah	Laki Laki	21-30	PNS

Lanjutan Lampiran 2. Tabulasi Kriteria Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
91	Restu maharani	Perempuan	16 - 20	Pelajar
92	Alvian f	Laki Laki	21-30	Mahasiswa
93	Elvira H	Perempuan	21-30	Mahasiswa
94	Fredy tampubolon	Laki Laki	21-30	Karyawan Swasta
95	Dwi hasanah	Perempuan	16 - 20	Pelajar
96	Wirna	Perempuan	21-30	Karyawan Swasta
97	Astri s	Perempuan	16 - 20	Pelajar
98	Fikri ulum	Laki Laki	21-30	Mahasiswa
99	Roby dwi	Laki Laki	21-30	Karyawan Swasta
100	Sofyan sauri	Laki Laki	21-30	PNS

Lampiran 3. Tabulasi Skor *Visibility* (X1)

No Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL X1
1	4	2	4	3	4	17
2	4	2	4	5	4	19
3	4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	4	20
5	3	4	5	5	5	22
6	4	4	4	5	3	20
7	4	4	4	4	4	20
8	5	4	4	4	4	21
9	5	4	5	4	5	23
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	5	5	22
12	4	4	5	4	4	21
13	5	4	2	5	5	21
14	4	2	3	4	4	17
15	5	5	4	2	5	21
16	5	4	3	5	5	22
17	5	4	5	4	5	23
18	4	4	4	3	4	19
19	5	5	3	4	4	21
20	5	4	3	3	4	19
21	4	4	2	3	3	16
22	4	2	3	3	3	15
23	4	4	3	4	4	19
24	4	2	4	3	4	17
25	4	4	3	4	3	18
26	4	4	3	3	3	17
27	3	4	3	4	3	17
28	5	4	3	5	5	22
29	3	4	4	4	4	19
30	4	4	3	3	3	17
31	5	5	3	5	5	23
32	4	3	3	3	4	17

Lanjutan Lampiran 3. Tabulasi Skor Visibility (X1)

No Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL X1
33	4	4	3	3	3	17
34	4	2	4	4	3	17
35	5	2	3	5	5	20
36	4	2	4	5	4	19
37	5	4	3	5	3	20
38	5	4	5	3	5	22
39	4	3	4	4	4	19
40	4	4	4	4	4	20
41	4	2	4	2	2	14
42	4	3	3	4	4	18
43	4	4	3	3	4	18
44	4	5	5	3	5	22
45	5	5	4	3	4	21
46	5	5	5	4	4	23
47	5	3	4	3	4	19
48	5	3	3	5	5	21
49	4	5	4	4	4	21
50	4	3	3	5	5	20
51	4	4	3	4	4	19
52	4	4	3	4	4	19
53	4	2	3	5	4	18
54	4	3	2	4	2	15
55	4	2	3	4	5	18
56	4	4	4	4	5	21
57	4	4	3	5	5	21
58	5	4	5	4	5	23
59	5	5	3	5	5	23
60	4	4	3	4	4	19
61	5	5	3	4	4	21
62	5	5	4	4	5	23
63	5	3	4	4	4	20
64	5	3	3	4	4	19
65	5	5	4	4	4	22

Lanjutan Lampiran 3. Tabulasi Skor Visibility (X1)

No Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL X1
66	5	4	3	4	4	20
67	5	4	4	5	5	23
68	4	4	4	5	5	22
69	5	5	3	4	3	20
70	5	5	4	5	5	24
71	5	5	3	5	4	22
72	4	3	4	3	4	18
73	5	3	5	5	4	22
74	4	3	3	4	3	17
75	3	4	4	5	4	20
76	3	4	4	3	4	18
77	4	4	4	4	4	20
78	5	5	4	5	5	24
79	5	4	5	5	5	24
80	4	4	3	4	4	19
81	5	5	3	5	3	21
82	4	4	4	5	4	21
83	4	4	4	5	5	22
84	4	5	3	4	4	20
85	4	5	4	4	3	20
86	4	5	5	4	4	22
87	5	5	4	4	4	22
88	4	3	4	4	4	19
89	4	5	4	4	4	21
90	4	3	4	5	4	20
91	4	5	4	4	4	21
92	4	4	4	4	2	18
93	4	4	2	3	4	17
94	5	4	4	4	4	21
95	5	5	4	4	4	22
96	4	4	4	4	4	20
97	5	3	4	4	4	20
98	4	4	2	2	2	14
99	4	5	3	3	4	19
100	5	3	2	4	3	17

Lampiran 4. Tabulasi Skor *Credibility* (X2)

No Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL X2
1	5	4	3	4	4	20
2	4	4	4	4	4	20
3	5	4	4	4	5	22
4	3	4	3	4	4	18
5	4	5	4	4	5	22
6	4	4	5	3	5	21
7	3	4	4	4	3	18
8	5	4	4	4	3	20
9	4	4	2	4	4	18
10	4	4	4	4	4	20
11	3	4	4	3	4	18
12	4	4	4	4	4	20
13	5	4	4	4	5	22
14	4	4	4	4	3	19
15	5	4	5	5	4	23
16	5	4	4	5	4	22
17	4	5	4	5	4	22
18	3	4	2	4	3	16
19	4	4	4	4	4	20
20	3	3	4	4	3	17
21	3	2	3	3	3	14
22	4	3	3	3	3	16
23	4	3	4	4	3	18
24	4	4	4	4	4	20
25	3	4	4	3	4	18
26	3	3	3	3	3	15
27	3	3	4	3	3	16
28	5	5	5	5	5	25
29	3	4	4	4	3	18
30	3	3	3	3	3	15
31	5	4	4	4	4	21

Lanjutan Lampiran 4. Tabulasi Skor Credibility (X2)

No Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL X2
32	4	4	2	4	4	18
33	4	3	3	3	3	16
34	3	4	4	3	4	18
35	5	4	4	5	5	23
36	4	4	5	4	3	20
37	4	3	5	3	4	19
38	4	5	5	5	4	23
39	4	4	4	4	4	20
40	4	5	5	4	4	22
41	4	4	5	5	4	22
42	5	5	4	4	4	22
43	4	2	2	4	4	16
44	5	4	4	4	5	22
45	4	4	4	4	4	20
46	4	5	4	4	4	21
47	5	4	4	4	4	21
48	5	5	5	5	5	25
49	4	4	4	4	3	19
50	4	4	5	5	5	23
51	3	3	4	4	3	17
52	5	5	4	4	5	23
53	4	4	5	4	4	21
54	4	3	4	4	3	18
55	5	5	4	5	5	24
56	5	4	4	5	4	22
57	5	3	3	5	3	19
58	4	4	3	3	3	17
59	5	5	5	5	5	25
60	4	5	4	4	4	21
61	4	4	4	4	3	19
62	5	5	4	5	4	23
63	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	4	4	20
65	4	4	4	4	4	20

Lanjutan Lampiran 4. Tabulasi Skor Credibility (X2)

No Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL X2
66	3	3	4	4	3	17
67	5	5	4	4	4	22
68	4	4	3	3	4	18
69	3	3	4	3	3	16
70	5	5	5	5	5	25
71	4	4	5	4	5	22
72	3	4	4	4	4	19
73	5	5	5	4	4	23
74	3	3	4	3	3	16
75	5	4	5	4	4	22
76	4	4	3	4	4	19
77	4	4	4	4	4	20
78	4	4	5	5	2	20
79	4	5	4	4	4	21
80	3	3	4	4	3	17
81	5	3	5	3	3	19
82	3	4	5	4	3	19
83	5	4	4	5	4	22
84	4	3	4	4	4	19
85	3	4	4	3	4	18
86	4	5	4	4	4	21
87	4	4	4	4	5	21
88	5	4	4	4	4	21
89	4	4	4	4	3	19
90	4	4	4	4	2	18
91	4	4	4	4	4	20
92	4	4	4	2	4	18
93	3	2	3	4	4	16
94	4	3	4	3	4	18
95	4	4	4	3	4	19
96	3	4	3	4	4	18
97	3	4	4	4	4	19
98	3	3	5	4	3	18
99	4	3	3	4	3	17
100	4	2	4	3	4	17

Lampiran 5. Tabulasi Skor Variabel *Attraction* (X3)

No Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL X3
1	4	4	4	3	5	20
2	5	5	5	4	4	23
3	5	5	4	4	5	23
4	3	4	3	4	4	18
5	5	5	5	5	5	25
6	5	4	4	4	5	22
7	3	4	2	4	2	15
8	5	5	4	4	5	23
9	4	5	5	5	5	24
10	4	3	4	4	4	19
11	5	3	3	3	4	18
12	5	4	4	5	5	23
13	5	4	4	4	5	22
14	5	5	4	4	5	23
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	4	4	5	23
17	5	4	4	4	4	21
18	4	3	4	4	3	18
19	5	4	4	5	4	22
20	5	3	5	5	4	22
21	5	3	5	3	3	19
22	4	3	4	3	3	17
23	5	3	4	5	4	21
24	4	4	4	4	4	20
25	4	3	3	4	4	18
26	3	4	4	3	3	17
27	3	5	3	5	3	19
28	5	4	5	4	5	23
29	3	4	3	4	4	18
30	3	3	3	3	2	14
31	5	3	4	4	3	19
32	5	4	5	5	4	23

Lanjutan Lampiran 5. Tabulasi Skor Variabel *Attraction* (X3)

No Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL X3
33	4	4	4	3	4	19
34	4	4	3	4	4	19
35	5	4	5	4	5	23
36	5	4	5	4	4	22
37	4	4	5	4	4	21
38	5	4	5	5	4	23
39	5	4	5	5	4	23
40	5	5	4	4	4	22
41	4	2	4	4	2	16
42	5	5	4	5	4	23
43	4	4	2	4	4	18
44	5	5	4	5	5	24
45	4	4	4	4	4	20
46	4	4	2	4	4	18
47	4	4	4	4	4	20
48	4	5	4	5	5	23
49	5	4	4	5	5	23
50	5	5	4	4	4	22
51	4	4	4	4	4	20
52	5	5	2	5	5	22
53	3	4	3	4	3	17
54	4	3	4	4	4	19
55	5	3	5	5	5	23
56	5	5	4	4	5	23
57	5	5	3	5	5	23
58	5	4	5	5	5	24
59	5	3	3	5	5	21
60	4	4	3	3	4	18
61	4	4	5	4	4	21
62	5	4	4	5	5	23
63	5	4	4	5	4	22
64	4	4	3	4	4	19

Lanjutan Lampiran 5. Tabulasi Skor Variabel *Attraction* (X3)

No Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL X3
65	5	4	4	4	4	21
66	4	4	4	2	4	18
67	5	5	5	5	5	25
68	4	4	4	4	4	20
69	5	4	4	5	3	21
70	5	5	5	5	5	25
71	4	4	4	5	5	22
72	5	4	4	4	4	21
73	5	5	3	4	4	21
74	3	4	4	4	4	19
75	5	4	5	4	4	22
76	5	4	5	5	4	23
77	4	4	4	4	4	20
78	5	2	5	5	2	19
79	5	5	5	5	5	25
80	3	4	4	3	3	17
81	5	5	5	4	3	22
82	3	4	5	4	4	20
83	4	5	5	5	5	24
84	5	4	4	3	3	19
85	3	5	5	3	4	20
86	2	4	4	4	4	18
87	4	4	4	4	4	20
88	2	3	4	4	5	18
89	3	4	3	4	4	18
90	2	3	2	4	4	15
91	3	4	4	4	4	19
92	3	3	4	4	4	18
93	4	4	2	4	4	18
94	2	3	4	4	4	17
95	4	4	4	4	4	20
96	2	4	4	4	4	18
97	4	4	4	4	4	20
98	3	2	5	4	3	17
99	5	2	3	4	4	18
100	5	4	4	5	5	23

Lampiran 6. Tabulasi Skor Variabel *Power* (X4)

No Responden	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TOTAL X4
1	4	4	4	4	16
2	5	5	4	4	18
3	5	5	5	5	20
4	4	4	3	4	15
5	5	5	5	5	20
6	4	4	5	4	17
7	3	3	3	3	12
8	5	3	5	5	18
9	5	3	3	4	15
10	3	3	4	4	14
11	3	4	4	4	15
12	5	4	4	4	17
13	5	5	5	5	20
14	4	4	4	5	17
15	5	5	4	5	19
16	5	5	5	5	20
17	5	5	5	5	20
18	2	3	3	3	11
19	5	5	5	5	20
20	5	4	5	3	17
21	3	3	3	3	12
22	4	3	4	3	14
23	3	4	4	3	14
24	4	4	4	4	16
25	3	3	3	4	13
26	3	3	3	3	12
27	3	3	3	3	12
28	5	5	5	5	20
29	3	4	4	3	4
30	3	3	3	3	12
31	4	4	4	5	17
32	4	3	4	4	15

Lanjutan Lampiran 6. Tabulasi Skor Variabel *Power* (X4)

No Responden	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TOTAL X4
33	3	3	3	4	13
34	4	4	5	5	18
35	5	5	5	5	20
36	4	4	4	4	16
37	4	3	4	5	16
38	5	5	5	5	20
39	4	4	4	4	16
40	4	4	4	4	16
41	4	4	4	4	16
42	5	5	5	5	20
43	4	4	4	2	14
44	5	5	5	5	20
45	4	4	4	4	16
46	5	4	4	4	17
47	4	5	4	4	17
48	5	5	5	5	20
49	4	5	4	5	18
50	5	5	5	5	20
51	4	4	3	4	15
52	3	4	4	4	15
53	4	3	4	4	15
54	4	4	3	3	14
55	5	5	4	5	19
56	5	5	5	5	20
57	5	5	5	5	20
58	5	3	3	3	14
59	4	5	5	5	19
60	4	4	5	4	17
61	4	4	4	4	16
62	4	4	3	4	15
63	4	3	3	4	14
64	3	4	3	4	14

Lanjutan Lampiran 6. Tabulasi Skor Variabel *Power* (X4)

No Responden	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TOTAL X4
65	4	4	4	4	16
66	3	2	2	2	9
67	3	4	4	5	16
68	4	4	4	4	16
69	5	3	3	3	14
70	5	5	5	5	20
71	3	4	4	5	16
72	4	4	4	4	16
73	4	4	4	5	17
74	4	3	3	3	13
75	5	4	4	5	18
76	5	4	4	4	17
77	4	4	4	4	16
78	3	2	2	3	10
79	5	5	5	5	20
80	3	3	4	3	13
81	5	3	3	3	14
82	4	3	3	4	14
83	5	4	3	5	17
84	4	4	3	3	14
85	5	5	4	4	18
86	4	4	3	4	15
87	3	4	4	3	14
88	4	4	5	4	17
89	4	4	4	4	16
90	2	4	2	4	12
91	3	4	3	4	14
92	4	4	4	3	15
93	2	2	4	5	13
94	3	4	4	4	15
95	3	4	4	4	15
96	4	4	3	4	15
97	3	3	3	4	13
98	4	4	2	2	12
99	4	3	4	5	16
100	3	5	4	3	15

Lampiran 7. Tabulasi Skor Variabel Minat Beli (Y)

No Responden	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	TOTAL Y
1	4	4	4	5	17
2	4	5	4	4	17
3	5	5	5	5	20
4	4	4	3	4	15
5	4	5	5	5	19
6	5	5	5	4	19
7	3	5	4	3	15
8	5	5	3	3	16
9	4	3	4	4	15
10	4	4	4	4	16
11	5	4	5	3	17
12	5	5	5	5	20
13	5	5	5	5	20
14	4	4	4	4	16
15	4	5	5	4	18
16	5	5	5	5	20
17	4	5	5	5	19
18	3	4	5	2	14
19	5	5	5	5	20
20	5	5	4	3	17
21	3	3	3	3	12
22	3	4	3	4	14
23	3	5	5	4	17
24	4	4	4	4	16
25	4	4	3	4	15
26	3	4	4	4	15
27	3	4	4	4	15
28	5	5	5	5	20
29	3	4	4	3	14
30	3	4	4	3	14
31	5	4	4	4	17
32	4	3	4	3	14
33	4	3	3	4	14
34	4	4	4	5	17

Lanjutan Lampiran 7. Tabulasi Skor Variabel Minat Beli (Y)

No Responden	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	TOTAL Y
35	5	5	5	5	20
36	4	4	4	4	16
37	5	5	4	4	18
38	5	5	5	4	19
39	4	3	3	4	14
40	4	4	5	5	18
41	4	4	4	3	15
42	5	5	5	5	20
43	4	4	4	4	16
44	4	5	5	5	19
45	4	4	4	4	16
46	5	5	3	3	16
47	4	3	5	5	17
48	5	5	5	5	20
49	4	4	4	4	16
50	5	5	5	4	19
51	3	5	4	3	15
52	4	4	5	5	18
53	4	4	3	3	14
54	3	2	4	3	12
55	3	5	4	4	16
56	5	5	5	5	20
57	4	5	4	5	18
58	3	5	3	3	14
59	5	5	5	5	20
60	4	3	4	4	15
61	5	5	4	4	18
62	4	5	5	5	19
63	3	5	5	3	16
64	3	4	3	4	14
65	4	4	4	4	16
66	2	4	3	4	13
67	4	5	5	5	19

Lanjutan Lampiran 7. Tabulasi Skor Variabel Minat Beli (Y)

No Responden	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	TOTAL Y
68	4	4	4	4	16
69	3	3	3	3	12
70	5	5	5	5	20
71	5	4	4	4	17
72	4	4	4	4	16
73	5	5	3	5	18
74	3	3	3	3	12
75	5	5	5	5	20
76	4	4	3	3	14
77	4	5	3	4	16
78	3	4	2	4	13
79	5	5	5	4	19
80	4	4	4	4	16
81	5	5	5	5	20
82	4	3	2	2	11
83	4	5	5	5	19
84	4	4	3	3	14
85	3	4	4	4	15
86	3	4	4	4	15
87	3	4	4	4	15
88	3	4	5	4	16
89	4	4	4	4	16
90	3	4	4	4	15
91	4	4	4	4	16
92	3	4	4	4	15
93	3	4	4	4	15
94	3	4	4	4	15
95	3	3	4	4	14
96	3	4	4	3	14
97	4	3	3	3	13
98	3	4	2	2	11
99	4	5	4	4	17
100	4	4	4	3	15

Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel *Visibility* (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Visibility
X1.1	Pearson Correlation	1	,226*	0,005	0,152	,271**	,495**
	Sig. (2-tailed)		0,024	0,962	0,130	0,006	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,226*	1	0,112	0,037	0,153	,570**
	Sig. (2-tailed)	0,024		0,267	0,718	0,128	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	0,005	0,112	1	0,092	,350**	,546**
	Sig. (2-tailed)	0,962	0,267		0,363	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	0,152	0,037	0,092	1	,405**	,573**
	Sig. (2-tailed)	0,130	0,718	0,363		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,271**	0,153	,350**	,405**	1	,737**
	Sig. (2-tailed)	0,006	0,128	0,000	0,000		0,000
	N	100	100	100	100	100	100
Visibility	Pearson Correlation	,495**	,570**	,546**	,573**	,737**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel *Credibility* (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Credibility
X2.1	Pearson Correlation	1	,431**	,241*	,468**	,453**	,742**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,016	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,431**	1	,346**	,441**	,476**	,777**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,241*	,346**	1	,264**	,216*	,595**
	Sig. (2-tailed)	0,016	0,000		0,008	0,031	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,468**	,441**	,264**	1	,271**	,685**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,008		0,006	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	,453**	,476**	,216*	,271**	1	,695**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,031	0,006		0,000
	N	100	100	100	100	100	100
Credibility	Pearson Correlation	,742**	,777**	,595**	,685**	,695**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Variabel *Attraction* (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Attraction
X3.1	Pearson Correlation	1	,243*	,305**	,371**	,321**	,718**
	Sig. (2-tailed)		0,015	0,002	0,000	0,001	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,243*	1	0,098	,206*	,475**	,614**
	Sig. (2-tailed)	0,015		0,333	0,040	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,305**	0,098	1	,207*	0,163	,564**
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,333		0,039	0,105	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,371**	,206*	,207*	1	,389**	,637**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,040	0,039		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	,321**	,475**	0,163	,389**	1	,711**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,000	0,105	0,000		0,000
	N	100	100	100	100	100	100
Attraction	Pearson Correlation	,718**	,614**	,564**	,637**	,711**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Variabel *Power* (X4)

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Power
X4.1	Pearson Correlation	1	,546**	,515**	,432**	,746**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	,546**	1	,645**	,527**	,757**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	,515**	,645**	1	,622**	,776**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	,432**	,527**	,622**	1	,771**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	100	100	100	100	100
Power	Pearson Correlation	,746**	,757**	,776**	,771**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Lampiran 12. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Minat beli
Y1.1	Pearson Correlation	1	,460**	,395**	,430**	,741**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	,460**	1	,478**	,423**	,751**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	,395**	,478**	1	,580**	,802**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	,430**	,423**	,580**	1	,794**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	100	100	100	100	100
Minat beli	Pearson Correlation	,741**	,751**	,802**	,794**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Visibility* (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,723	5

Lampiran 14. Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Credibility* (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,738	5

Lampiran 15. Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Attraction* (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,653	5

Lampiran 16. Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Power* (X4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,828	4

Lampiran 17. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,773	4

Lampiran 18. Hasil Uji T dan Uji F

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,794 ^a	,630	,614	1,473

a. Predictors: (Constant), Power, Visibility, Attraction, Credibility

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	350,906	4	87,727	40,438	,000 ^b
Residual	206,094	95	2,169		
Total	557,000	99			

a. Dependent Variable: Minat beli

b. Predictors: (Constant), Power, Visibility, Attraction, Credibility

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,507	1,560		,325	,746
Visibility	,164	,079	,154	2,075	,041
Credibility	,256	,089	,264	2,893	,005
Attraction	,085	,080	,091	1,068	,288
Power	,362	,077	,440	4,692	,000

a. Dependent Variable: Minat beli

Lampiran 19. Daftar Riwayat Hidup

Data pribadi

Nama : Rizqi Khairi Marbun
 NPM : 21160000347
 Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 07 Juli 1997
 Agama : Islam
 Kewarganegaraan : Indonesia
 Alamat : Villa Bekasi Indah 1 Blok G 3 No 25 , Mangun
 Jaya , Tambun Selatan.
 Telepon : 0858596218200
 Email : khairirizqi@gmail.com

Pendidikan Formal

SDN 03 Rawasari : Lulus Tahun 2008
 MTsN 9 Jakarta : Lulus Tahun 2011
 SMKN 39 Jakarta : Lulus Tahun 2014
 STIE Indonesia, Jakarta : Tahun 2016 sampai sekarang

Pengalaman Kerja

Juli 2014 – Maret 2015 : CV Lentera Sejahtera
 April 2015 – Oktober 2017 : PT Panen Tour
 April 2018 – sekarang : PT World Innovative Telecommunication (OPPO)