



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* MELALUI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN PENGGUNAAN
BRAND AMBASSADOR BLACKPINK TERHADAP
MINAT BELI BISKUIT OREO**

(Studi Kasus Pada Konsumen Biskuit Oreo Kecamatan Tapos, Kota Depok)



NADIYA ARUM PANGESTI

NIM : 1905421059

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Sain Terapan**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2023

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



ABSTRAK

NADIYA ARUM PANGESTI. Pengaruh *Digital Marketing* Melalui Media Sosial Instagram dan Penggunaan *Brand Ambassador* Blackpink terhadap Minat Beli Biskuit Oreo (Studi Kasus Pada Konsumen Biskuit Oreo Kecamatan Tapos, Kota Depok). Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta 2023.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menjawab pertanyaan apakah terdapat pengaruh secara parsial dan simultan antara *digital marketing* dan *brand ambassador* terhadap minat beli biskuit Oreo di Kecamatan Tapos, Kota Depok. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan kepada 100 orang konsumen biskuit Oreo. Penelitian ini dipastikan dapat melengkapi syarat distribusi normal yaitu $0,200 > 0,050$. Model persamaan regresi $Y = 24,014 + 0,274X_1 + 0,313X_2 + e$ di mana hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini layak dan baik untuk digunakan. Berdasarkan hasil korelasi parsial yang dilakukan, variabel *digital marketing* (X_1) memiliki pengaruh sebesar 44,89% terhadap minat beli (Y) dan *brand ambassador* (X_2) memiliki pengaruh sebesar 36,84% terhadap minat beli (Y). Kemudian variabel minat beli dipengaruhi sebesar 53,1% oleh *digital marketing* dan *brand ambassador* dan sisanya 46,9% dipengaruhi oleh jenis variabel-variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini. Berdasarkan pengujian hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini menunjukkan hasil yang positif dan signifikan antara variabel *digital marketing* dan *brand ambassador* terhadap minat beli baik secara parsial dan simultan.

Kata Kunci : *Digital Marketing, Brand Ambassador, Minat Beli*

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

NADIYA ARUM PANGESTI. *The Influence of Digital Marketing Through Instagram Social Media and the Use of Blackpink Brand Ambassadors on Interest in Buying Oreo Biscuits (Case Study on Oreo Biscuit Consumers, Tapos District, Depok City). Jakarta State Polytechnic Department of Business Administration 2023.*

This study aims to answer the question whether there is a partial and simultaneous influence between digital marketing and brand ambassador on buying interest in Oreo biscuits in Tapos District, Depok City. This research includes causal associative research using a quantitative approach. Sampling was carried out on 100 Oreo biscuit consumers. This research can certainly complete the normal distribution requirements, namely $0.200 > 0.050$. The regression equation model $Y = 24.014 + 0.274X1 + 0.313X2 + e$ where this shows that this research is feasible and good to use. Based on the results of the partial correlation carried out, the digital marketing variable (X1) has an influence of 44.89% on buying interest (Y) and brand ambassador (X2) has an influence of 36.84% on buying interest (Y). Then the buying interest variable is influenced by 53.1% by digital marketing and brand ambassador and the remaining 46.9% is influenced by other types of variables that are not used in this study. Based on the hypothesis testing conducted in this study, it showed positive and significant results between digital marketing and brand ambassador variables on buying interest both partially and simultaneously.

Keywords : *Digital Marketing, Brand Ambassador, Buying Interest*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Nadiya Arum Pangesti
NIM : 1905421059
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan
Judul Skripsi : Pengaruh *Digital Marketing* Melalui Media Sosial Instagram Dan Penggunaan *Brand Ambassador* Blackpink Terhadap Minat Beli Biskuit Oreo (Studi Kasus Pada Konsumen Biskuit Oreo Kecamatan Tapos, Kota Depok)

Depok, 31 Agustus 2023

Pembimbing I

Fortuna Zain Hamid, S.E., M.Si
NIP. 195811201989032001

Pembimbing II

Dr. Nidia Sofa, S.Pd.I, M.Pd
NIP. 198310222015042001

Mengetahui,
Kepala Jurusan Administrasi Niaga

Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si
NIP. 196501311989032001



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Nadiya Arum Pangesti
NIM : 1905421059
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan
Judul Skripsi : Pengaruh *Digital Marketing* Melalui Media Sosial Instagram Dan Penggunaan *Brand Ambassador* Blackpink Terhadap Minat Beli Biskuit Oreo (Studi Kasus Pada Konsumen Biskuit Oreo Kecamatan Tapos, Kota Depok)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta pada :

Hari : Senin

Tanggal : 14 Agustus 2023

Waktu : 09.00 – 10.00 WIB

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Fortuna Zain Hamid, S.E., M.Si
NIP 195811201989032001
Penguji I : Dewi Winarni S, S.E., M.Si
NIP 195906041989102001
Penguji II : Restu Jati Saputro, S.Si., M.Sc
NIP 198801142019031005



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Terapan Administrasi Bisnis, baik di Politeknik Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Negeri Jakarta.

Depok, 28 Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Nadiya Arum Pangesti

1905421059



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas kebaikan, ridha, kemurahan hati dan petunjuk-Nya yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Digital Marketing* Melalui Media Sosial Instagram Dan Penggunaan *Brand Ambassador* Blackpink Terhadap Minat Beli Biskuit Oreo (Studi Kasus Pada Konsumen Biskuit Oreo Kecamatan Tapos, Kota Depok)” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Terapan pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.

Selama penyusunan laporan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini dapat selesai karena tidak terlepas dari motivasi, semangat dan bantuan dari pihak-pihak lain, baik moril ataupun materiil, penulis ingin memberikan banyak ucapan terima kasih antara lain kepada:

1. Dr. sc. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga.
3. Husnil Barry, S.E., M.S.M selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Terapan.
4. Fortuna Zain Hamid, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan ilmu terkait penulisan skripsi ini, memberikan saran serta masukan untuk membimbing peneliti, memberikan semangat serta dorongan kepada peneliti dalam proses penyelesaian dan penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Nidia Sofa, S.Pd.I., M.Pd selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan ilmu terkait penulisan skripsi ini, memberikan saran serta masukan untuk membimbing peneliti, memberikan semangat serta dorongan kepada peneliti dalam proses penyelesaian dan penyusunan skripsi ini.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

6. Orang tua dan keluarga yang memberikan semangat dan memanjatkan banyak doa kepada peneliti.
7. Bapak dan Ibu Dosen Politeknik Negeri Jakarta khususnya Jurusan Administrasi Niaga yang bersedia memberikan ilmu pengetahuan serta jasanya kepada peneliti selama mengikuti perkuliahan.
8. Teman-teman seangkatan Administrasi Bisnis Terapan 2019 yang telah memberikan semangat serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
9. Kakak-kakak Administrasi Bisnis Terapan 2018 yang bersedia memberikan pengalaman mengenai penyusunan skripsi.
10. Teman-teman terbaik Administrasi Bisnis Terapan kelas A 2019 yang selalu menjadi pendorong semangat ketika perkuliahan.
11. Grup pejuang kuliah terbaik yang telah memberikan dorongan dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Keluarga besar HMAN khususnya Departemen Sosial Politik Periode Progresif dan Andalan yang telah memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
13. Seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penyusunan laporan skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya, namun masih terdapat kekurangan di dalam penyusunan laporan skripsi ini, maka dari itu saran serta kritik yang bersifat memotivasi dari semua pihak sangat diharapkan. Semoga laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk banyak pihak. Aamiin

Depok, 3 Agustus 2023

Penulis,

Nadiya Arum Pangesti
NIM : 1905421059



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Pembatasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah	12
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 <i>Digital Marketing</i>	14
2.1.1 Pengertian <i>Digital Marketing</i>	14
2.1.2 Jenis-jenis <i>Digital Marketing</i>	15
2.1.3 Penggunaan Media Sosial Instagram.....	17
2.1.4 Indikator <i>Digital Marketing</i>	21
2.2 <i>Brand Ambassador</i>	22
2.2.1 Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	22
2.2.2 Peran <i>Brand Ambassador</i>	23
2.2.3 Manfaat <i>Brand Ambassador</i>	24
2.2.4 Indikator <i>Brand Ambassador</i>	25
2.3 Minat Beli Konsumen.....	26



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.3.1 Pengertian Minat Beli Konsumen.....	26
2.3.2 Faktor-faktor Yang Membentuk Minat Beli Konsumen.....	27
2.3.3 Aspek-aspek Minat Beli Konsumen	27
2.3.4 Indikator Minat Beli Konsumen	28
2.4 Hasil dari Penelitian/Jurnal yang Relevan.....	29
2.5 Deskripsi Konseptual.....	35
2.6 Perumusan Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	37
3.1.1 Waktu Penelitian.....	37
3.1.2 Tempat Penelitian	38
3.2 Metode Penelitian.....	38
3.2.1 Populasi dan Sampel.....	39
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.2.3 Teknik Pengolahan Data.....	49
3.2.4 Teknik Uji Instrumen.....	49
3.2.5 Teknik Analisis Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Hasil Rekapitulasi Data.....	57
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	57
4.1.2 Uji Instrumen	58
4.2 Hasil Analisis.....	64
4.2.1 Karakteristik Responden.....	65
4.2.2 Analisis Tanggapan Responden.....	77
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	104
4.2.4 Uji Hipotesis	109
4.3 Pembahasan	115
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	121
5.1 Kesimpulan.....	121
5.2 Saran	122
DAFTAR PUSTAKA	124



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	127
Lampiran 2 Data Tabulasi Uji Instrumen.....	135
Lampiran 3 Hasil Data Uji Validitas.....	138
Lampiran 4 Hasil Data Uji Reliabilitas.....	145
Lampiran 5 Tabel (R) untuk Uji Validitas	146
Lampiran 6 Hasil Tabulasi Data Final Responden	147
Lampiran 7 Hasil SPSS versi 26 Uji Asumsi Klasik	156
Lampiran 8 Hasil SPSS versi 26 Uji Hipotesis.....	158
Lampiran 9 Tabel T.....	160
Lampiran 10 Tabel F.....	161
Lampiran 11 <i>Curriculum Vitae</i>	162



**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Konsumsi dan Pengeluaran Kue Kering, Biskuit dan Semprong di Indonesia tahun 2022	9
Tabel 1. 2 Data Jumlah Penduduk Kota Depok Berdasarkan Kecamatan	10
Tabel 2. 1 Hasil dari Penelitian Terdahulu atau Jurnal yang Relevan	29
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	37
Tabel 3. 2 Penduduk Kecamatan Tapos dan Kelurahanya.....	41
Tabel 3. 3 Pembagian Jumlah Responden Per Kelurahan	42
Tabel 3. 4 Ketentuan instrumen pengukuran penelitian	43
Tabel 3. 5 Kisi-Kisi Instrumen	43
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Digital Marketing</i> (X1)	59
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X2)	60
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)	62
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Digital Marketing</i> (X1).....	63
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X2).....	64
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli (X2)	64
Tabel 4. 7 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator <i>Accessibility</i> (aksesibilitas)	78
Tabel 4. 8 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator <i>Interactivity</i> (interaktivitas)	80
Tabel 4. 9 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator <i>Entertainment</i> (hiburan)	82
Tabel 4. 10 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator <i>Credibility</i> (kepercayaan)	84
Tabel 4. 11 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator <i>Irritation</i> (kejengkelan)	86
Tabel 4. 12 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator <i>Informativeness</i> (informatif).....	88
Tabel 4. 13 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator <i>Visibility</i> (Kepopuleran)	90
Tabel 4. 14 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator <i>Credibility</i> (Kredibilitas)	92
Tabel 4. 15 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator <i>Attraction</i> (Daya Tarik)	93
Tabel 4. 16 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator <i>Power</i> (Kekuatan)	95
Tabel 4. 17 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator Minat Transaksional	97
Tabel 4. 18 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator Minat Referensial	99
Tabel 4. 19 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator Minat Preferensial	101
Tabel 4. 20 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator Minat Eksploratif	103
Tabel 4. 21 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov	105
Tabel 4. 22 Hasil Uji Multikolinearitas	108
Tabel 4. 23 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	110
Tabel 4. 24 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	111
Tabel 4. 25 Hasil Uji Korelasi Secara Parsial.....	112
Tabel 4. 26 Hasil Uji Signifikansi T.....	113
Tabel 4. 27 Hasil Uji Signifikansi F.....	114
Tabel 4. 28 Hasil Hipotesis Penelitian	116

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 PDB Sektor Industri Pada Kuartal II tahun 2022	2
Gambar 1. 2 <i>Volume</i> distribusi makanan ringan tahun 2020 dan 2021	2
Gambar 1. 3 Penghargaan <i>Top Brand Index</i> Oreo Tahun 2019 – 2022	3
Gambar 1. 4 Penghargaan <i>Top Brand For Kids Index</i> Oreo Tahun 2019 – 2022	4
Gambar 1. 5 Peringkat Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia	6
Gambar 1. 6 Perbandingan Jumlah Postingan dan <i>Followers</i> Instagram Oreo	6
Gambar 1. 7 Komentar Para Konsumen Pada Akun Instagram Oreo Indonesia	7
Gambar 1. 8 Data <i>Sales Volume</i> Biskuit Oreo Blackpink	8
Gambar 2. 1 Skema Deskripsi Konseptual	35
Gambar 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	65
Gambar 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	66
Gambar 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	67
Gambar 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	68
Gambar 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Mengonsumsi Biskuit Oreo Dalam Waktu Sebulan	69
Gambar 4. 6 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Media Sosial Instagram Dalam Waktu Seminggu	70
Gambar 4. 7 Hasil Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin dan Frekuensi Mengonsumsi Biskuit Oreo dalam Waktu Sebulan	71
Gambar 4. 8 Hasil Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin dan Usia	72
Gambar 4. 9 Hasil Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin dan Usia	73
Gambar 4. 10 Hasil Tabulasi Silang antara Jenis Pekerjaan dan Frekuensi Mengonsumsi Biskuit Oreo dalam Waktu Sebulan	74
Gambar 4. 11 Hasil Tabulasi Silang antara Usia dan Frekuensi Mengonsumsi Biskuit Oreo dalam Waktu Sebulan	75
Gambar 4. 12 Hasil Tabulasi Silang antara Asal Kelurahan dan Frekuensi Mengonsumsi Biskuit Oreo dalam Waktu Sebulan	76
Gambar 4. 13 Grafik Histogram	106
Gambar 4. 14 Grafik <i>P-Plot</i>	107
Gambar 4. 15 Grafik <i>Scatterplot</i>	109

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keberhasilan produsen dalam menciptakan produk yang berkualitas tidak terlepas dari adanya pengaruh persaingan yang ketat di dunia bisnis. Karena persaingan yang ketat tersebut membuat para produsen berlomba – lomba untuk menciptakan sebuah inovasi produk yang memiliki varian rasa dan kualitas yang berbeda. Industri makanan Indonesia, khususnya kategori biskuit merupakan industri yang selalu tumbuh dan berkembang di setiap tahunnya yang dikonsumsi oleh banyak kalangan.

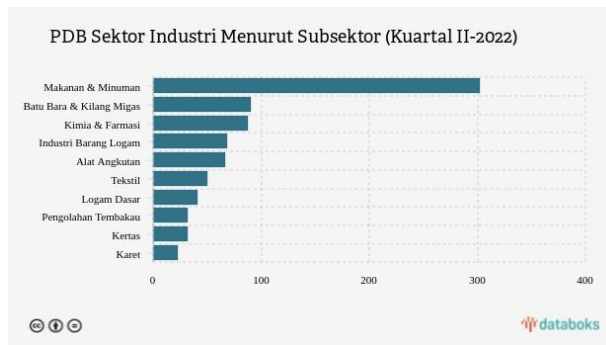
Menurut hasil survei *State of Snacking* terbaru 2022, 85% konsumen secara global dan 94% di Indonesia mencari kesenangan dengan mengonsumsi setidaknya satu camilan sebagai kebutuhan sehari-hari. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen Indonesia sangat senang mengonsumsi camilan atau makanan ringan. Seiring dengan meningkatnya konsumsi per kapita biskuit nasional dan tren pertumbuhan pasar biskuit dunia, industri biskuit Indonesia akan terus bertumbuh dan berkembang ke depannya.

Berdasarkan informasi yang dikutip dari databoks.katadata.co.id, data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan sektor industri masih menjadi penopang terbesar perekonomian nasional. Atas dasar harga berlaku (ADHB) sektor industri mencapai Rp 877,82 triliun pada kuartal II-2022. Nilai tersebut porsinya mencapai 17,84% dari total PDB yang nilainya Rp 4,29 kuadriliun pada periode yang sama. Adapun pada kuartal II-2022 subsektor makanan dan minuman menjadi kontributor terbesar PDB sektor industri, yaitu mencapai Rp 302,28 triliun (34,44%).



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1. 1 PDB Sektor Industri Pada Kuartal II tahun 2022

Sumber : databoks.katadata.co.id, 2022

Berdasarkan informasi dari *website* statista.com, hal tersebut tidak terlepas dari ketertarikan konsumen Indonesia terhadap makanan ringan yang masih terus bertumbuh. Industri makanan ringan di Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang positif. Pada tahun 2021, *volume* distribusi makanan ringan di Indonesia sebesar 1.281 juta kilogram, tumbuh 8% dari tahun 2020 dengan *volume* distribusi sebesar 1.183 juta kilogram.

Sementara itu, makanan ringan dengan *volume* distribusi terbesar di tahun 2021 masih ditempati oleh kategori *cookies & crackers* dengan persentase sebesar 85% (1.087 juta kg), diikuti oleh kategori *tortilla chips, flips & pretzels* sebesar 14% (177 juta kg), dan kategori *potato chips* sebesar 1% (15 juta kg). Pada tahun 2021 rata-rata tiap orang di Indonesia mengkonsumsi 4,6 kg makanan ringan. Angka ini meningkat 5% dari tahun 2020 dimana rata-rata konsumsi makanan ringan per kapita di Indonesia sebesar 4,4 kg per orang per tahun.

	Volume 2020	Volume 2021
Total	1,183.9	1,281.0
Cookies & Crackers	998.6	1,087.7
Potato Chips	15.3	15.9
Tortilla Chips, Flips & Pretzels	169.9	177.4

Gambar 1. 2 *Volume* distribusi makanan ringan tahun 2020 dan 2021

Sumber : statista.com, 2022

Sementara itu informasi yang dilansir dari *website* mediaindonesia.com, banyak sekali permintaan konsumen Indonesia terhadap biskuit Oreo yang



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

diproduksi oleh PT Mondelez Indonesia Manufacturing. Indonesia adalah pasar biskuit Oreo terbesar di Asia Tenggara, dan Top 5 secara global. Biskuit Oreo juga telah meraih penghargaan sebagai *Top Brand Index* dan *Top Brand For Kids Index* dengan posisi pertama dengan subkategori biskuit *sandwich*. Kedua penghargaan tersebut berhasil diraih biskuit Oreo dari tahun 2019 hingga 2022 selama empat tahun berturut-turut.

TOP BRAND AWARD

Nama Brand	2019	2020	2021	2022	2023
Oreo	24.20	25.00	31.10	32.20	0
Roma Sandwich	18.30	20.70	15.10	15.70	0
Better	15.20	14.20	13.10	13.00	0
Roma Sari Gandum	7.40	11.00	8.90	7.70	0
Slai O'lai	5.90	4.70	8.20	7.30	0

Gambar 1.3 Penghargaan *Top Brand Index* Oreo Tahun 2019 – 2022

Sumber : topbrand-award.com, 2022

Berdasarkan Gambar 1.3 dapat dilihat bahwa produk biskuit Oreo selalu mendapatkan posisi pertama dengan penilaian merek terbaik menurut riset yang dilakukan oleh *Top Brand* kepada konsumen Indonesia. Pada tahun 2019, biskuit Oreo memimpin dengan skor poin 24,20 % hingga pada tahun 2022, biskuit Oreo memiliki skor yang berkembang pesat yaitu sebesar 32,20 % mengalahkan merek biskuit *sandwich* lainnya dengan jarak skor yang cukup jauh. Konsumen yang menjadi target survei *Top Brand Index* tersebut adalah pria dan wanita berusia 15 – 65 tahun yang melibatkan 8.500 konsumen.



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



TOP BRAND AWARD

Nama Brand	2019	2020	2021	2022
Oreo	42.10	40.90	40.20	40.60
Slai O'lai	28.70	28.40	25.00	26.70
Better	25.40	25.50	23.60	24.10
Trenz	2.30	2.70	1.90	2.10

Gambar 1. 4 Penghargaan *Top Brand For Kids Index Oreo Tahun 2019 – 2022*

Sumber : topbrand-award.com, 2022

Kemudian, berdasarkan Gambar 1.4 dapat dilihat bahwa biskuit Oreo juga menempati urutan pertama *Top Brand* dalam subkategori biskuit *sandwich* untuk anak. Dari tahun 2019 hingga tahun 2022 biskuit Oreo memiliki skor poin yang tinggi dibandingkan dengan merek lainnya. Pada tahun terakhir yaitu 2022, biskuit Oreo memiliki skor 40,60% yang di mana angka tersebut sangat tinggi dibandingkan merek lainnya.

Konsumen yang menjadi target survei *Top Brand for Kids Index* tersebut adalah anak-anak baik laki-laki maupun perempuan berusia 8 – 12 tahun (500 konsumen), kalangan wanita berusia 25 – 50 tahun yang memiliki anak di usia 0 – 12 tahun (1.000 konsumen) dan remaja laki-laki & perempuan berusia 13 – 17 tahun (1.000 konsumen).

Dengan diraihnya dua penghargaan tersebut, menunjukkan bahwa banyak konsumen Indonesia yang mempercayai produk biskuit Oreo sebagai pilihan untuk membeli dan mengonsumsi biskuit *sandwich*. Biskuit Oreo berhasil memposisikan diri dalam benak konsumen untuk subkategori produk biskuit *sandwich* dan mempengaruhi minat beli konsumen. Selain itu, biskuit Oreo juga berhasil menunjukkan kekuatan merek dalam mendorong konsumen untuk membeli kembali di masa mendatang dan memiliki jangkauan pasar yang luas.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

PT Mondelez Indonesia Manufacturing memiliki beberapa produk unggulan, namun yang menjadi andalan pertama adalah biskuit Oreo. Biskuit Oreo memiliki banyak varian rasa di antaranya Oreo *Original*, Oreo *Double Stuf*, Oreo *Chocolate Creme*, Oreo *Dark and White Chocolate*, Oreo *Peanut Butter and Chocolate*, Oreo *Strawberry Creme*, Oreo *Ice Cream Blueberry Flavor* sampai yang terbaru adalah Oreo edisi *Blackpink*. Hingga saat ini, PT Mondelez Indonesia Manufacturing yang berlokasi di Cikarang merupakan salah satu pusat produksi biskuit kelas dunia, yang memproduksi berbagai produk biskuit seperti biskuit Oreo, Mini biskuit Oreo, dan Ritz.

Dikutip dari *website* infobrand.id, biskuit Oreo kembali meluncurkan strategi untuk melakukan kolaborasi dengan *girl band* populer di dunia asal Korea Selatan, *Blackpink*. Kolaborasi eksklusif tersebut hanya dilakukan di pasar Asia dan Indonesia menjadi negara pertama yang menjalankan kolaborasi tersebut. Biskuit Oreo *Blackpink* memiliki empat varian rasa di antaranya Oreo *Strawberry*, Oreo *Blueberry*, Oreo *Chocolate*, dan Oreo *Vanilla*. Keempatnya memiliki kemasan dengan ciri khas dan nuansa *Blackpink*.

Tentu saja keberhasilan yang diraih biskuit Oreo sebagai peringkat pertama *brand* kue kering atau biskuit tersebut tidak lepas dari adanya pengaruh *digital marketing* melalui media sosial Instagram yang digunakan oleh perusahaan tersebut. Instagram tersebut digunakan biskuit Oreo untuk mempromosikan dan memberikan informasi terkait produk biskuit Oreo edisi *Blackpink*. Konten dari media sosial Instagram biskuit Oreo di antaranya adalah video pendek dan foto postingan produk dengan *brand ambassador* yaitu *Blackpink* dengan tujuan untuk mempengaruhi minat beli konsumen terhadap biskuit Oreo. Biskuit Oreo yang bekerja sama dengan *Blackpink* juga memiliki iklan tersendiri di Instagram yang dapat dilihat oleh banyak konsumen.

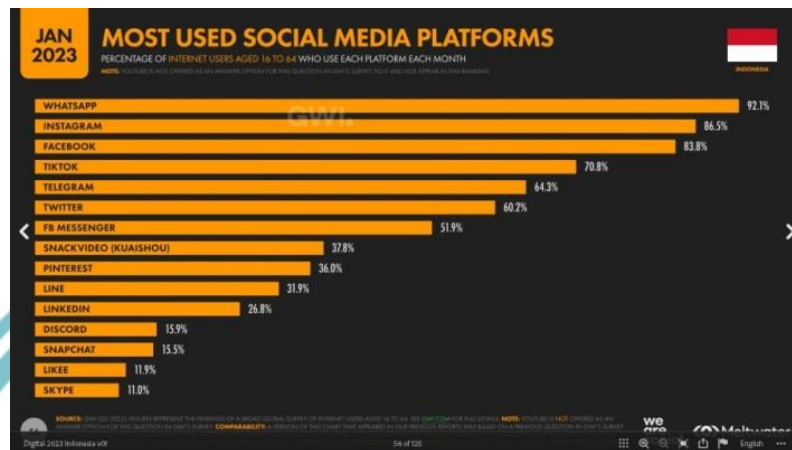
Berdasarkan data yang diperoleh dari *datareportal.com*, Instagram mendapatkan posisi peringkat kedua media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia pada Januari 2023 sebanyak 86,5%. Tidak hanya sekadar *platform* berbagi foto dan informasi, pertumbuhan pengguna Instagram juga telah memberi dampak positif pada banyak aspek, termasuk bisnis. Penggunaan Instagram yang

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



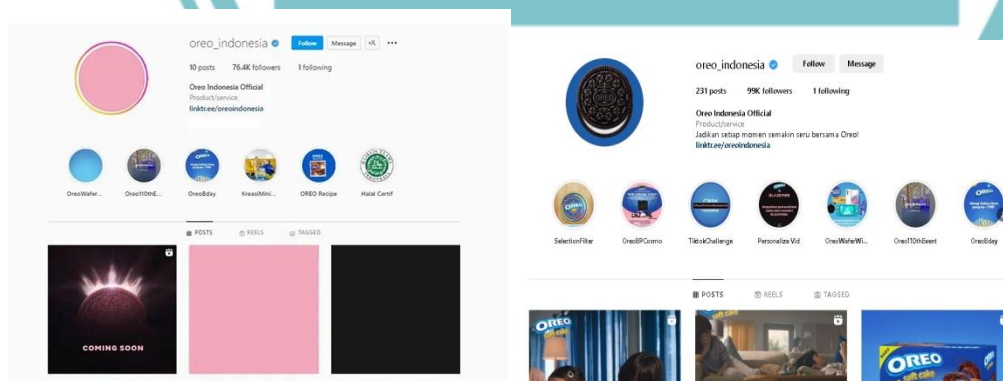
tepat dapat membawa keuntungan besar bagi produsen termasuk biskuit Oreo. Strategi *digital marketing* melalui media sosial Instagram dapat menggunakan konten, baik berupa foto maupun video yang menarik dan berkualitas.



Gambar 1. 5 Peringkat Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia

Sumber : datareportal.com, 2023

Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna Instagram yang menjadi salah satu alat *digital marketing*, produsen camilan atau makanan ringan akan memanfaatkannya untuk memperoleh perhatian berbagai konsumen, termasuk perusahaan biskuit Oreo. Pemanfaatan Instagram sebagai alat *digital marketing* dalam menyampaikan informasi dan mempromosikan produk biskuit Oreo kepada konsumen, diharapkan dapat memberikan hasil yaitu mempengaruhi minat beli konsumen terhadap biskuit Oreo.



Gambar 1. 6 Perbandingan Jumlah Postingan dan Followers Instagram Oreo

Sumber : www.instagram.com/Oreo_indonesia/

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

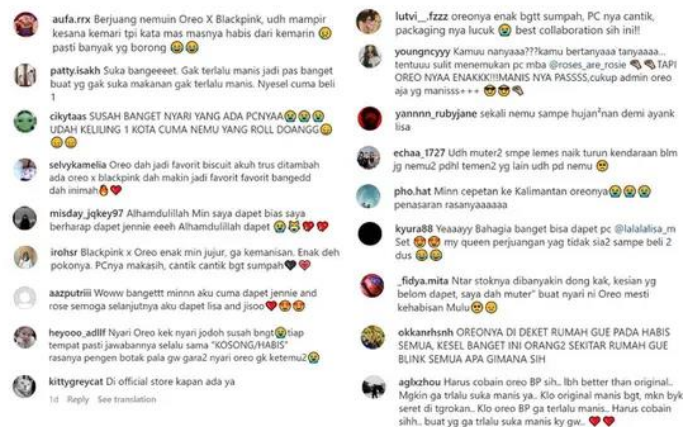


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Dapat dilihat pada Gambar 1.6 terdapat perbedaan jumlah postingan dan *followers* pada akun instagram biskuit Oreo. Pada Desember 2022 (kiri), akun instagram biskuit Oreo sebelum bekerja sama dengan Blackpink hanya memiliki 76.400 pengikut dengan jumlah postingan sebanyak 10 konten. Sedangkan pada Mei 2023 (kanan), akun instagram biskuit Oreo setelah bekerja sama dengan Blackpink bertambah jumlah pengikutnya menjadi 99.000 pengikut dan postingan sebanyak 231 konten. Hal ini menunjukkan bahwa dengan keberadaan Blackpink sebagai *brand ambassador* biskuit Oreo dari segi *awarness* terhadap biskuit Oreo dapat dikatakan meningkat.



Gambar 1. 7 Komentar Para Konsumen Pada Akun Instagram Oreo Indonesia

Sumber : www.instagram.com/Oreo_indonesia/

Di Instagram, konsumen Indonesia membanjiri postingan di akun resmi Oreo yang seakan memberikan isyarat bahwa Oreo Blackpink sudah hadir di Indonesia. Dapat dilihat pada Gambar 1.7 bahwa banyak sekali antusias para konsumen untuk membeli biskuit Oreo yang berkolaborasi dengan selebriti Blackpink. Hal ini juga membuktikan bahwa ketika bekerja sama dengan Blackpink sangat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap Oreo dibandingkan dengan ketika belum bekerja sama dengan Blackpink sebagai *brand ambassador*.

Salah satu cara untuk memperkuat minat beli konsumen terhadap produk biskuit Oreo melalui media sosial Instagram adalah dengan menggunakan *brand ambassador* untuk meningkatkan *brand awareness* dan kepercayaan konsumen



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

terhadap produk. Oleh karena itu, untuk menarik minat beli konsumen tersebut Biskuit Oreo memilih *girlband* papan atas asal Korea Selatan yaitu Blackpink sebagai *brand ambassador* terbaru biskuit Oreo dengan edisi khusus. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari beritabersatu.com, biskuit Oreo memiliki alasan khusus memilih bekerja sama dengan Blackpink. *Marketing Head* biskuit Oreo SEA dan Indonesia, Mondelez International, Vikram Chandratey, mengatakan bahwa pihak biskuit Oreo memilih Blackpink karena pihaknya menyaksikan kebangkitan besar K-Pop yang berpengaruh terhadap budaya di Asia.

Selain itu, melalui kerja sama antara biskuit Oreo dan Blackpink tersebut, pihak biskuit Oreo berharap dapat menyatukan jutaan penggemar biskuit Oreo dan Blink's untuk menciptakan keseruan yang menyenangkan serta dapat menyebarkan energi positif yang dapat menginspirasi dan mendorong konsumen untuk berpartisipasi dalam aktivitas menarik yang biskuit Oreo hadirkan. Oleh karena itu, semakin banyak konsumen yang tertarik dengan kehadiran Blackpink tersebut maka minta beli Biskuit Oreo pun juga akan bertambah.



Gambar 1. 8 Data Sales Volume Biskuit Oreo Blackpink

Sumber : compas.co.id, 2023

Dapat dilihat dari Gambar 1.7 berdasarkan hasil riset internal tim compas.co.id yang dilakukan dengan metode *online crawling Official Store* di Shopee dan Tokopedia bahwa *market share* yang diraih biskuit Oreo menjadi



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

yang terbesar. Nilai *share* tersebut yaitu 28,31% dengan angka *sales volume* mencapai 40,20% hanya dalam kurun waktu dari tanggal 16 hingga 31 Desember 2022 saja. Selain itu berkat *mega collaboration* tersebut, sebanyak 59.544 produk habis terjual dengan mengantongi *sales revenue* sekitar Rp 724 juta. Hal ini menunjukkan bahwa dengan pengaruh yang luar biasa dari penggunaan *brand ambassador* Blackpink mampu mengalahkan biskuit atau kue kering lainnya.

Penulis memilih Kota Depok sebagai lokasi penelitian ini dikarenakan menurut Badan Pusat Statistik (BPS) yang terdapat data rata-rata pengeluaran perkapita seminggu menurut kelompok makanan minuman jadi per kabupaten/kota (rupiah/kapita/minggu) menunjukkan bahwa Kota Depok menempati urutan keenam dari 514 kota/kabupaten di Indonesia dengan jumlah konsumsi dan pengeluaran terbanyak kategori kue kering, biskuit, semprong. Kota Depok juga menjadi kota satu-satunya di wilayah Jabodetabek yang memiliki jumlah konsumsi dan pengeluaran terbanyak di sepuluh besar dari data tersebut. Berikut adalah data rata-rata pengeluaran perkapita seminggu menurut kelompok makanan minuman jadi per kabupaten/kota di Indonesia tahun 2022:

Tabel 1. 1
Data Jumlah Konsumsi dan Pengeluaran Kue Kering, Biskuit dan Semprong di Indonesia tahun 2022

Kota/Kab	Jumlah Konsumsi dan Pengeluaran kue kering, biskuit, semprong
Lanny Jaya	8189
Pegunungan Bintang	7937
Nduga	5058
Puncak	3827
Kota Salatiga	3313
Kota Depok	2762
Pekalongan	2738
Kota Bima	2641
Kota Bitung	2581
Raja Ampat	2576

Sumber : depokkota.bps.go.id/, 2022



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Kemudian, penulis memilih Kecamatan Tapos yang ada di Kota Depok sebagai lokasi khusus penelitian dikarenakan Kecamatan Tapos adalah salah satu kecamatan yang berada di Kota Depok dan merupakan kecamatan dengan jumlah penduduk terbanyak di Kota Depok pada sensus penduduk yang dilakukan tahun 2020. Untuk pembagiannya, jumlah kecamatan yang dimiliki oleh Kota Depok sebanyak 11 dan jumlah kelurahannya sebanyak 63. Jumlah kelurahan dari Kecamatan Tapos yang dipilih oleh peneliti sebagai lokasi khusus penelitian sebanyak 7. Berikut adalah data jumlah penduduk menurut kecamatan dan jenis kelamin dalam jiwa di Kota Depok:

Tabel 1. 2

Data Jumlah Penduduk Kota Depok Berdasarkan Kecamatan

Kecamatan	Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin (Jiwa)	
	Laki-laki dan Perempuan	
	2020	
Sawangan	178.928	
Bojongsari	135.661	
Pancoran Mas	244.975	
Cipayung	171.587	
Sukmajaya	252.531	
Cilodong	168.178	
Cimanggis	252.014	
Tapos	267.630	
Beji	171.723	
Limo	115.718	
Cinere	101.654	
Kota Depok	2.056.335	

Sumber : depokkota.bps.go.id/, 2023

Untuk menarik minat beli konsumen dibutuhkan strategi yang tepat yang harus dilakukan oleh produsen. Pada dasarnya minat beli adalah kondisi di mana konsumen terdapat kecondongan dalam membeli suatu produk atau jasa dengan kata lain memberikan tindakan yang mengarah pada pembelian yang berdasar dengan seberapa besar kosumen tersebut memungkinkan membeli. Strategi yang digunakan untuk mempengaruhi minat beli konsumen tidak hanya dari segi



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

bentuk, harga dan kemasan produk namun juga perlu cara lain seperti penggunaan *digital marketing* melalui media sosial Instagram dan *brand ambassador*. Berdasarkan latar belakang tersebut, mendorong penulis untuk menganalisis seberapa besar pengaruh *digital marketing* melalui media sosial Instagram dan penggunaan *brand ambassador* terhadap minat beli pada produk tersebut. Sehingga penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Digital Marketing melalui Media Sosial Instagram dan Penggunaan Brand Ambassador Blackpink terhadap Minat Beli Biskuit Oreo (Studi Kasus pada Konsumen Biskuit Oreo Kecamatan Tapos, Kota Depok).”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan pada bagian latar belakang, maka dapat digambarkan identifikasi masalah yang nantinya dijelaskan lebih lanjut dapat dilihat di bawah ini:

- a. Terdapat persaingan di industri makanan ringan kategori biskuit di Indonesia.
- b. *Digital marketing* melalui media sosial Instagram yang dilakukan PT Mondelez Indonesia berpengaruh terhadap minat beli biskuit Oreo.
- c. Penggunaan *brand ambassador* Blackpink yang dilakukan PT Mondelez Indonesia berpengaruh terhadap minat beli biskuit Oreo.
- d. Media sosial Instagram adalah sarana untuk mempengaruhi dan menarik minat beli konsumen terhadap biskuit Oreo.
- e. Blackpink sebagai *brand ambassador* adalah pendorong untuk mempengaruhi minat beli konsumen terhadap biskuit Oreo.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada bagian latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah peneliti uraikan, untuk lebih terarah dan tidak terlalu banyak persepsi makna dalam penjelasan yang dimaksud, maka variabel yang perlu dijelaskan yaitu *digital marketing* melalui media sosial Instagram dan *brand ambassador* sebagai variabel independen. Sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah minat beli konsumen pada produk biskuit Oreo edisi Blackpink



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dengan subjek konsumen biskuit Oreo yang berlokasi di Kecamatan Tapos, Kota Depok.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada bagian latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh *digital marketing* melalui media sosial Instagram secara parsial terhadap minat beli konsumen pada Biskuit Oreo di Kecamatan Tapos, Kota Depok?
- b. Bagaimana pengaruh penggunaan *brand ambassador* Blackpink secara parsial terhadap minat beli konsumen pada Biskuit Oreo di Kecamatan Tapos, Kota Depok?
- c. Bagaimana pengaruh *digital marketing* melalui media sosial Instagram dan penggunaan *brand ambassador* Blackpink secara simultan terhadap minat beli konsumen pada Biskuit Oreo di Kecamatan Tapos, Kota Depok?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan pada rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk sebagai berikut:

- a. Menganalisis pengaruh *digital marketing* melalui media sosial Instagram secara parsial terhadap minat beli konsumen pada Biskuit Oreo di Kecamatan Tapos, Kota Depok.
- b. Menganalisis pengaruh penggunaan *brand ambassador* Blackpink secara parsial terhadap minat beli konsumen pada Biskuit Oreo di Kecamatan Tapos, Kota Depok.
- c. Menganalisis pengaruh *digital marketing* melalui media sosial Instagram dan penggunaan *brand ambassador* Blackpink secara simultan terhadap minat beli konsumen pada Biskuit Oreo di Kecamatan Tapos, Kota Depok.

1.6 Manfaat Penelitian

Terdapat beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Beberapa manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Pihak Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dedikasi akademis untuk pengembangan konsep *digital marketing* melalui media sosial Instagram dan penggunaan *brand ambassador* yang kaitannya dengan minat beli konsumen dalam hal ini di bidang *marketing*.

2) Pihak Peneliti

Penelitian ini dilaksanakan untuk dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai *digital marketing* melalui media sosial Instagram, penggunaan *brand ambassador* dan minat beli konsumen. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan untuk dijadikan bahan perbandingan dari kejadian nyata yang terjadi di lapangan dengan teori-teori yang diperoleh dari masa perkuliahan, sehingga dapat meningkatkan ilmu yang berhubungan dengan disiplin ilmu yang penulis tekuni.

3) Peneliti Lain

Penelitian ini adalah sebuah peluang untuk para peneliti lain agar dapat meninjau lebih dalam mengenai ilmu pengetahuan dan konsep teori yang telah diperoleh dalam bidang *marketing* dan diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan atau sumber rujukan untuk penelitian berikutnya.

b. Manfaat Praktis

Untuk perusahaan, penelitian ini diharapkan menjadi kontribusi ide dan sebagai bahan pemikiran dari pertimbangan saran serta masukan untuk pihak perusahaan dalam hal pengambilan keputusan terkait *digital marketing* melalui media sosial Instagram dan penggunaan *brand ambassador* yang dilakukan oleh perusahaan dalam mempengaruhi minat beli konsumen yang nantinya dapat meningkatkan penjualan terhadap produk dengan lebih baik lagi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa sesuai dengan hasil penelitian yang membahas pengaruh *digital marketing* melalui media sosial Instagram dan penggunaan *brand ambassador* Blackpink terhadap minat beli konsumen biskuit Oreo yang bertempat tinggal di Kecamatan Tapos, Kota Depok, maka:

- a) Berdasarkan hasil uji signifikansi T (uji parsial) dalam penelitian ini pada variabel *digital marketing* (X1) memiliki nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel. Hasil nilai t hitung untuk variabel *digital marketing* (X1) sebesar 5,810 > t tabel sebesar 1,98472 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Maka, hal ini menunjukkan bahwa variabel *digital marketing* (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli (Y). Dilihat dari nilai t hitung yang memiliki arah koefisien positif memberikan arti bahwa H0 yang dirumuskan ditolak dan H1 yang dirumuskan diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *digital marketing* yang dirasakan oleh konsumen biskuit Oreo maka akan mempengaruhi minat beli konsumen biskuit Oreo yang bertempat tinggal di Kecamatan Tapos, Kota Depok. Variabel *digital marketing* (X1) memberikan kontribusi atau pengaruh yang lebih besar terhadap minat beli yaitu sebesar 44,89%.
- b) Berdasarkan hasil uji signifikansi T (uji parsial) dalam penelitian ini pada variabel *brand ambassador* (X2) memiliki nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel. Hasil nilai t hitung untuk variabel *brand ambassador* (X2) sebesar 4,145 > t tabel sebesar 1,98472 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Maka, hal ini menunjukkan bahwa variabel *brand ambassador* (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli (Y). Dilihat dari nilai t hitung yang memiliki arah koefisien positif memberikan arti bahwa H0 yang dirumuskan ditolak dan H2 yang dirumuskan diterima.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *brand ambassador* yang dirasakan oleh konsumen biskuit Oreo maka akan mempengaruhi minat beli konsumen biskuit Oreo yang bertempat tinggal di Kecamatan Tapos, Kota Depok. Variabel *brand ambassador* (X2) memberikan kontribusi atau pengaruh yang lebih kecil terhadap minat beli yaitu sebesar 36,84%.

- c) Dilihat melalui hasil pada uji signifikansi F (simultan), dalam penelitian ini memiliki nilai F hitung yang lebih besar dari F tabel. Nilai F hitung $54,987 > F \text{ tabel} = 3,09$ dan hasil nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka, hal ini menunjukkan bahwa variabel *digital marketing* (X1) dan variabel *brand ambassador* (X2) secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli (Y). Dilihat dari nilai F hitung yang memiliki arah koefisien positif memberikan arti bahwa H_0 yang dirumuskan ditolak dan H_3 yang dirumuskan diterima. Hal ini menunjukkan bahwa apabila semakin tinggi perusahaan biskuit Oreo memperhatikan mengenai adanya pengaruh *digital marketing* dan *brand ambassador* yang dirasakan oleh konsumen, maka dapat terjadi peningkatan nilai pada minat beli biskuit Oreo di Kecamatan Tapos, Kota Depok.

5.2 Saran

Berikut adalah beberapa saran yang peneliti berikan untuk dapat terus meningkatkan dan mempengaruhi minat beli konsumen biskuit Oreo agar semakin baik nilainya dengan berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya:

- a) Berdasarkan hasil penelitian variabel *digital marketing* terhadap minat beli konsumen biskuit Oreo yang bertempat tinggal di Kecamatan Tapos, Kota Depok untuk perusahaan Mondelez, hendaknya perlu mengembangkan divisi yang berkaitan dengan konten yang ada pada akun Instagram biskuit Oreo untuk mengembangkan ide-ide kreatif lainnya yang belum pernah digunakan oleh perusahaan lain atau ide yang berbeda sesuai dengan karakter biskuit Oreo itu sendiri dengan fokus utamanya selain memberikan informasi mengenai biskuit Oreo tetapi juga untuk menarik perhatian konsumen sehingga ketika konsumen melihat media sosial Instagram biskuit Oreo



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

merasa tertarik untuk membeli biskuit Oreo tersebut. Selain itu, ide konten seperti bermain tanya jawab atau kuis di Instastory dan *giveaway* untuk games di acara tertentu juga dapat menarik perhatian konsumen.

- b) Berdasarkan hasil penelitian variabel *brand ambassador* terhadap minat beli konsumen biskuit Oreo yang bertempat tinggal di Kecamatan Tapos, Kota Depok untuk *brand ambassador* yaitu Blackpink, hendaknya perlu untuk menambahkan teknik dan metode *marketing* ketika mengiklankan biskuit Oreo kepada konsumen agar ketertarikan konsumen terhadap biskuit Oreo meningkat. Blackpink dapat berpartisipasi dalam memberikan ide konten video dan foto yang menarik untuk diposting pada akun Instagram biskuit Oreo. Sebagai *brand ambassador*, Blackpink harus memiliki banyak pengetahuan mengenai promosi dan karakter biskuit Oreo sehingga nantinya dapat mempengaruhi persepsi dan opini konsumen terhadap biskuit Oreo.
- c) Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian dengan variabel yang lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini seperti harga, kesadaran merek, citra merek, persepsi, rasa, iklan dan lain-lain. Sehingga nantinya hasil penelitian tersebut dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk perusahaan Mondelez Indonesia dalam meningkatkan minat beli konsumen pada biskuit Oreo di Kecamatan Tapos, Kota Depok.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ardiansah, I., & Maharani, A. (2020). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*. Bandung: CV Cendekia Press.
- Mertha Jaya, I. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destrity, N. A., Avina, D. A., et al. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.
- Rachmadi, T. (2020). *The Power Of Digital Marketing*. Bandar Lampung: Tiga Ebook.
- Rahmawati. (2022). *Apa Saja Variabel Penelitian dalam Bidang Marketing*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H., Romindo, Wahyuni, D., Purnomo, A., et al. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

JURNAL

- Amanah, R. N. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Kopi Kenangan di Purwakarta. *repository.upi.edu*, 50-58.
- Bimantari, C. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek, Kualitas yang Dirasakan, dan Sikap Merek Pada Niat Beli Biskuit Oreo di Surabaya. *Jurnal Business and Banking*, 8(2), 196-199.
- Buana, R. C., & Juliafad, E. (2021). Pengaruh Pembelajaran Online Mahasiswa Terhadap Hasil Belajar Mata Kuliah Mekanika Teknik Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan Universitas Negeri Padang Angkatan 2019. *Jurnal Applied Science in Civil Engineering*, 2(4), 383.
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1), 31-33.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Gonibala, N., Masinambow, V., & Maramis, M. (2019). Analisis Pengaruh Modal Dan Biaya Produksi . *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(01), 60.
- Iqbal, M. (2021). Implementasi Digital Marketing dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah dan Wisata Muslim pada PT Azza Barokah Madinah Jakarta Timur di masa COVID-19. *UIN Syarif Hidayatullah Institutional Repository*, 24-33.
- Isna, K., Udayana, I. B., & Hutami, L. T. (2022). Analisis Daya Tarik Brand Ambassador Song Joong Ki dan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Purchase Intention dengan Brand Awareness Sebagai Variable Intervening (Studi Kasus pada Konsumen Produk Scarlett Whitening di Kota Yogyakarta). *Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 12(2), 89-92.
- Jusmansyah, M. (2020). Analisis Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Total Asset Turn Over, Dan Return On Equity Terhadap Harga Saham. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 9(2), 188.
- Masyithoh, I. N., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1), 113-115.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal PProfesi Humas*, 3(1), 2-17.
- Pangkey, F. M., Furkan, L. M., & Herman, L. E. (2019). Pengaruh Artificial Intelligence dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Magister Manajemen Unram*, 8(3), 259-261.
- Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 5(2), 287-291.
- Santi, S. S. (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Advertising Campaign terhadap minat beli konsumen di situs belanja online Shopee: Studi pada mahasiswa di Kota Malang. *Etheses of Maulana Malik Ibrahim State Islamic University*, 29-32.
- Shinta Tiara, R. N. (2020). Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Advertising Campaign, Serta Country Of Origin Terhadap Minat Beli Pada Situs Tokopedia.Com. *UIN Syarif Hidayatullah Institutional Repository*, 17-18 & 27-28.
- Yacub, R., & Mustajab, W. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada E-commerce. *Jurnal Manajerial*, 12(2), 199-203.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

WEBSITE

- Top Brand Index. (2022). “Komparasi Brand Index Kategori : Makanan dan Minuman Sub Kategori : Biskuit Sandwich”. (<https://www.topbrand-award.com/> diakses pada 11 Februari 2023)
- Riyanto, Andi. (2022). “Hootsuite (We are Social): Indonesia Digital Report 2022”. (<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/> diakses pada 12 Februari 2023)
- Evandio, Akbar. (2023). “Mondelez Beri Alasan Indonesia Jadi Negara Pertama Hadirnya Biskuit Oreo X Blackpink”. ([https://kabar24.bisnis.com/read/20230107/15/1615904/mondelez-beri-alasan-indonesia-jadi-negara-pertama-hadirnya-Biskuit Oreo-x-blackpink](https://kabar24.bisnis.com/read/20230107/15/1615904/mondelez-beri-alasan-indonesia-jadi-negara-pertama-hadirnya-Biskuit_Oreo-x-blackpink) diakses pada 14 Februari 2023)
- Badan Pusat Statistik Kota Depok. (2022). “Rata-rata Pengeluaran Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Makanan Minuman Jadi Per Kabupaten/kota (Rupiah/Kapita/Minggu), 2022”. (<https://www.bps.go.id/indicator/5/2123/1/rata-rata-pengeluaran-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-makanan-minuman-jadi-per-kabupaten-kota.html> diakses pada 15 Februari 2022)
- Asri, D. R. (2022). “Kecamatan Tapos Dalam Angka 2022”. (<https://depokkota.bps.go.id/publication/2022/09/26/2a40f05c1dc27962b01c962b/kecamatan-tapos-dalam-angka-2022.html> diakses pada 22 Februari 2023)
- Riadi, Muchlisin. (2019). “Pengertian, Karakteristik dan Manfaat Brand Ambassador”. (<https://www.kajianpustaka.com/2019/03/pengertian-karakteristik-dan-manfaat-brand-ambassador.html> diakses pada 22 Februari 2023)
- Riadi, Muchlisin. (2018). “Aspek, Jenis, Tahapan dan Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli”. (<https://www.kajianpustaka.com/2018/12/aspek-jenis-tahapan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli.html> diakses pada 22 Februari 2023)
- Anggarini, Wuri. (2022). “Viral di Media Sosial, Apa yang Spesial dari Varian Oreo Blackpink?”. (<https://www.fimela.com/food/read/5142434/viral-di-media-sosial-apa-yang-spesial-dari-varian-oreo-blackpink> diakses pada 31 Mei 2023)



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

"PENGARUH *DIGITAL MARKETING* MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN PENGGUNAAN *BRAND* *AMBASSADOR BLACKPINK* TERHADAP MINAT BELI BISKUIT OREO" (Studi Kasus Pada Konsumen Biskuit Oreo Kecamatan Tapos, Kota Depok)

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Nadiya Arum Pangesti, mahasiswi tingkat akhir D4 Administrasi Bisnis Terapan, Politeknik Negeri Jakarta.

Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi yang berjudul "Pengaruh *Digital Marketing* Melalui Media Sosial Instagram Dan Penggunaan *Brand Ambassador* Blackpink Terhadap Minat Beli Biskuit Oreo" (Studi Kasus Pada Konsumen Biskuit Oreo Kecamatan Tapos, Kota Depok)

Saya membutuhkan bantuan dan partisipasi Anda dalam penelitian saya, dengan petunjuk pengisian sebagai berikut :

- 1) Pilihlah jawaban yang Anda anggap sesuai.
- 2) Usahakan untuk tidak menjawab kosong
- 3) Konsumen yang diteliti pernah membeli dan mengonsumsi produk biskuit Oreo yang berada di wilayah Kecamatan Tapos, Kota Depok.
- 4) Konsumen yang diteliti dengan usia minimal 15 tahun dan maksimal 39 tahun.
- 5) Pengguna media sosial Instagram
- 6) Penduduk Indonesia yang mengetahui jika terdapat selebriti bernama Blackpink
- 7) Terdapat skala likert dengan skala 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai 5 (Sangat Setuju)

Saya memohon kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini karena jawaban Anda sangat berharga untuk keberlanjutan skripsi Saya. Kuesioner ini kira-kira membutuhkan waktu 10-15 menit untuk diisi. Saya menjamin data penelitian ini akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Apabila terdapat pertanyaan terkait kuesioner ini, silakan hubungi saya melalui:
Email : nadiya.arumpangesti.an19@mhs.w.pnj.ac.id

Atas waktu dan partisipasi Anda, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,
Nadiya Arum Pangesti



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

I. IDENTITAS RESPONDEN

A. Petunjuk pengisian

1. Mohon mengisi pertanyaan dibawah ini dengan sebenar-benarnya
2. Jawab secara singkat pada kolom yang berisi pertanyaan dan pilih salah satu jawaban pada pertanyaan dengan jawaban pilihan

B. Pertanyaan

Saya menyatakan sukarela untuk menjadi responden penelitian ini :

- Ya, saya bersedia
- Tidak bersedia (Berhenti mengisi sampai di sini, terima kasih atas partisipasi Anda)

Apakah Anda menggunakan media sosial Instagram? :

- Ya, saya menggunakannya
- Tidak menggunakannya (Berhenti mengisi sampai di sini, terima kasih atas partisipasi Anda)

Apakah Anda mengetahui jika terdapat selebriti dunia bernama Blackpink? :

- Ya, saya mengetahuinya
- Tidak mengetahuinya (Berhenti mengisi sampai di sini, terima kasih atas partisipasi Anda)

1. Nama :

2. Jenis kelamin :

- Laki-laki
- Perempuan

3. Usia :

- 15-19 tahun
- 20-24 tahun
- 25-29 tahun
- 30-34 tahun
- 35-39 tahun

4. Jenis Pekerjaan :

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Pelajar / Mahasiswa
 - Pegawai Negeri
 - Pegawai Swasta
 - Wirausaha
5. Kelurahan :
- Kelurahan Cilangkap
 - Kelurahan Cimpaeun
 - Kelurahan Tapos
 - Kelurahan Leuwinanggung
 - Kelurahan Jatijajar
 - Kelurahan Sukamaju Baru
 - Kelurahan Sukatani
6. Frekuensi menggunakan media sosial Instagram dalam waktu seminggu :
- 1-5 kali
 - 6-10 kali
 - 10 kali
7. Frekuensi mengonsumsi biskuit Oreo dalam waktu sebulan :
- 1-5 kali
 - 6-10 kali
 - 10 kali

II. . PENILAIAN KUESIONER

A. Petunjuk Pengisian

1. Pilihlah jawaban yang Anda anggap sesuai
2. Usahan tidak terdapat jawaban kosong.
3. Dalam menjawab kuesioner ini tidak ada jawaban yang salah atau benar.
4. Terdapat skala likert dengan skala 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai 5 (Sangat Setuju) yang memiliki arti sebagai berikut:



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

No	Skor	Jawaban
1	5	Sangat Setuju (SS)
2	4	Setuju (S)
3	3	Kurang Setuju (KS)
4	2	Tidak Setuju (TS)
5	1	Sangat Tidak Setuju (STS)

1. DIGITAL MARKETING X1

No.	Pernyataan	Penilaian				
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Accessibility (aksesibilitas)						
1.	Saya dapat mengakses informasi tentang produk Oreo melalui media sosial Instagram Oreo					
2.	Media sosial Instagram Oreo sangat memudahkan Saya dalam mencari informasi terbaru Oreo					
3.	Saya dengan mudah menemukan Oreo yang dijual ketika melakukan pencarian melalui akun media sosial Instagram Oreo					
4.	Produk-produk yang ditampilkan di akun media sosial Instagram Oreo sangat lengkap					
5.	Media sosial Instagram Oreo menjadi alat digital marketing tercepat dalam mencari informasi mengenai Oreo					
Interactivity (interaktivitas)						
6.	Media sosial Instagram Oreo membantu Saya dalam memberikan kritik dan saran kepada pihak perusahaan					
7.	Pertukaran informasi dapat dilakukan melalui media sosial Instagram Oreo					
8.	Media sosial Instagram Oreo merespon saran, komentar dan masukan dari Saya dengan ramah					
9.	Media sosial Instagram Oreo dapat dijadikan sarana berkomentar dengan pengguna akun lain					
10.	Media sosial Instagram Oreo membantu Saya dalam berkomunikasi dengan pihak perusahaan					
Entertainment (hiburan)						
11.	Saya tertarik untuk membeli Oreo karena promosi yang dilakukan melalui media sosial Instagram					
12.	Mengumpulkan informasi tentang Oreo melalui media					



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	sosial Instagram adalah hal yang menyenangkan					
13.	Saya tertarik untuk membeli Oreo karena desain dan visual di media sosial Instagram sangat baik					
14.	Saya tertarik untuk membeli Oreo karena iklan yang ditampilkan di media sosial Instagram sangat persuasif					
15.	Konten pada media sosial Instagram Oreo mampu menghibur Saya					
Credibility (kepercayaan)						
16.	Media sosial Instagram Oreo membantu Saya meyakini untuk membeli produk Oreo					
17.	Informasi yang diberikan dalam media sosial Instagram Oreo dapat dipercaya					
18.	Saya percaya bahwa Oreo adalah produk yang berkualitas					
19.	Saya percaya bahwa Oreo adalah produk yang lebih baik dari pesaing					
20.	Saya percaya bahwa Oreo adalah produk biskuit yang memiliki keunikan tersendiri					
Irritation (kejengkelan)						
21.	Saya merasa tidak terdapat informasi di media sosial Instagram Oreo yang bertele-tele					
22.	Saya merasa tidak terdapat banyak iklan tidak penting yang muncul pada media sosial Instagram Oreo					
23.	Saya merasa tidak terdapat gangguan seperti penipuan dalam iklan video di media sosial Instagram Oreo					
24.	Saya merasa aman saat melihat postingan video pada media sosial Instagram Oreo					
25.	Saya merasa tidak terdapat konten yang sensitif pada media sosial Instagram Oreo					
Informativeness (informatif)						
26.	Saya merasa konten pada media sosial Instagram Oreo memberikan informasi penting terkait produk					
27.	Postingan video yang ditampilkan di media sosial Instagram Oreo menambah pengetahuan Saya tentang Oreo					
28.	Saya merasa konten pada media sosial Instagram Oreo mudah dipahami					
29.	Saya merasa konten pada media sosial Instagram Oreo bersifat realistis sesuai dengan fakta					
30.	Saya merasa konten pada media sosial Instagram Oreo memberikan informasi yang ter update					

2. BRAND AMBASSADOR X2



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

No.	Pernyataan	Penilaian				
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Visibility (Kepopuleran)						
31.	Blackpink merupakan selebriti yang terkenal di dunia					
32.	Blackpink merupakan selebriti yang diidolakan oleh banyak orang					
33.	Kepopuleran Blackpink sebagai brand ambassador menarik perhatian Saya					
34.	Blackpink memberikan pengaruh yang positif untuk Oreo di Indonesia					
35.	Blackpink merupakan selebriti yang aktif di media sosial					
Credibility (Kredibilitas)						
36.	Blackpink adalah selebriti yang menjadi inspirasi bagi banyak orang					
37.	Blackpink sering menjadi duta merek lain dan berpengalaman dalam bidangnya					
38.	Blackpink dapat dipercaya ketika menyampaikan informasi mengenai produk Oreo					
39.	Blackpink memiliki cara yang unik dalam mengiklankan Oreo					
40.	Blackpink pandai dalam mempromosikan produk kepada konsumen					
Attraction (Daya Tarik)						
41.	Blackpink merupakan selebriti yang mengikuti perkembangan tren atau mode					
42.	Blackpink merupakan selebriti yang memikat					
43.	Blackpink memiliki daya tarik dikarenakan kepopulerannya yang dikenal masyarakat dari berbagai kalangan					
44.	Blackpink merupakan selebriti yang memiliki penampilan menarik					
45.	Blackpink adalah selebriti yang memiliki paras yang cantik					
Power (Kekuatan)						
46.	Blackpink memiliki keterampilan dalam memerankan iklan Oreo					
47.	Blackpink memiliki kemampuan mengajak dan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian					
48.	Saya merasa ketika melihat Blackpink timbul pikiran					



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	untuk mengikuti apa yang dilakukan Blackpink					
49.	Blackpink membawa citra yang baik untuk Oreo					
50.	Blackpink memiliki kemampuan yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen mengenai Oreo					

3. MINAT BELI Y

No.	Pernyataan	Penilaian				
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Minat Transaksional						
51.	Saya memutuskan untuk mencoba biskuit Oreo dalam waktu dekat					
52.	Saya akan mencari produk Oreo di supermarket atau swalayan terdekat					
53.	Saya melakukan pembelian produk Oreo karena harganya terjangkau					
54.	Saya memiliki ketertarikan untuk membeli biskuit Oreo sebagai stok di rumah					
55.	Saya tertarik membeli Oreo, karena saya suka sekali dengan biskuit sandwich					
Minat Referensial						
56.	Berbagai informasi yang diperoleh tentang Oreo secara positif mempengaruhi niat Saya untuk membeli produk Oreo					
57.	Saya akan merekomendasikan ke beberapa kerabat terdekat untuk membeli Oreo					
58.	Saya akan memberikan ulasan dan review yang baik terhadap biskuit Oreo kepada keluarga dan teman					
59.	Oreo adalah merek biskuit yang akan saya rekomendasikan kepada orang lain yang akan memakan biskuit sandwich					
60.	Saya akan memberikan informasi mengenai ketersediaan produk Oreo kepada orang sekitar Saya					
Minat Preferensial						
61.	Oreo menjadi pilihan utama Saya dalam membeli produk biskuit					
62.	Saya percaya produk Oreo memiliki kualitas yang baik					
63.	Saya selalu mencari informasi produk Oreo di media sosial Instagram walaupun telah mengenal produk biskuit lain					
64.	Oreo lebih menarik perhatian Saya daripada produk biskuit lainnya					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

65.	Saya menyukai Oreo karena memiliki keunikan rasa tersendiri					
Minat Eksploratif						
66.	Saya akan mengumpulkan informasi sebanyak mungkin di media sosial Instagram sebelum membeli produk Oreo					
67.	Tidak terdapat hambatan ketika Saya mencari informasi tentang Oreo					
68.	Saya tertarik membeli Oreo setelah mendapat informasi dari keluarga dan teman					
69.	Saya akan mencari informasi tentang Oreo lebih banyak kepada teman terdekat					
70.	Saya akan mencari tahu mengenai macam-macam rasa Oreo yang ter update					

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Lampiran 2 Data Tabulasi Uji Instrumen

Data Tabulasi Uji Instrumen Digital Marketing (X1)

No. Responden	Digital Marketing (X1)																																										TOTAL				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.18	X1.19	X1.20	X1.21	X1.22	X1.23	X1.24	X1.25	X1.26	X1.27	X1.28	X1.29	X1.30	X1.31	X1.32	X1.33	X1.34	X1.35	X1.36	X1.37	X1.38	X1.39	X1.40	X1.41	X1.42					
1	4	5	5	2	3	5	4	3	4	2	5	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	5	4	3	5	4	3	5	4	3	5	4	167
2	3	3	3	4	3	5	4	4	3	4	5	3	3	4	3	2	4	4	2	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	5	4	151		
3	3	3	3	3	3	5	4	3	3	3	5	3	3	4	3	3	3	3	3	4	5	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	5	3	3	5	3	143	
4	2	2	2	3	4	5	5	4	4	3	5	2	3	5	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	158		
5	2	2	2	3	3	5	5	2	3	4	5	3	3	5	4	3	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4	3	5	5	5	158		
6	1	2	1	2	2	4	4	2	1	2	4	2	2	4	2	1	2	2	3	4	5	2	2	3	4	2	3	4	3	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	113		
7	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	4	4	4	4	5	3	4	184	
8	2	1	2	3	3	4	4	3	2	3	4	3	3	5	3	2	3	3	3	5	4	3	3	5	4	4	5	3	2	3	2	3	2	3	5	3	4	4	3	4	4	3	4	4	140		
9	3	3	4	2	3	4	4	4	2	3	4	3	2	4	4	3	3	3	2	4	5	3	4	4	4	3	4	4	1	2	1	2	4	3	5	2	3	5	4	4	5	5	5	141			
10	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	169	
11	2	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	185		
12	3	2	3	2	4	4	4	3	1	2	4	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3	5	4	3	4	5	3	4	2	3	4	3	5	3	3	5	3	5	3	5	3	141		
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	137	
14	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	4	2	2	3	2	3	2	4	2	3	2	3	4	4	3	2	1	1	1	4	3	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	110		
15	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	189	
16	1	2	2	3	3	4	4	2	2	3	4	3	2	4	3	2	3	3	3	4	4	3	2	4	3	2	4	3	2	5	2	3	2	2	3	5	3	5	2	4	5	3	3	4	3	129	
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	138	
18	3	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	189
19	3	2	3	2	3	5	5	3	2	3	5	3	2	4	2	2	2	3	1	5	5	3	3	5	3	2	5	2	2	3	3	3	3	5	3	5	2	2	5	3	3	5	3	5	3	135	
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	168
21	3	2	3	3	3	5	4	3	2	3	4	3	3	5	2	3	2	3	1	4	4	3	3	4	3	2	4	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	133
22	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	206
23	3	3	3	2	4	5	4	2	3	2	5	3	1	4	2	1	1	2	1	5	5	3	3	4	2	2	5	2	1	2	3	3	5	3	5	2	3	4	3	3	5	2	3	3	5	2	126
24	2	2	2	1	2	5	4	2	2	3	4	2	2	5	2	2	2	2	2	4	4	2	2	4	4	2	2	4	2	3	4	3	2	2	4	4	2	4	3	3	5	3	5	2	120		
25	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	194	
26	2	2	2	2	3	5	5	2	2	2	5	2	2	5	2	2	2	3	1	5	5	2	2	5	3	2	5	2	2	1	1	3	5	3	5	3	5	3	2	5	3	3	5	3	126		
27	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	184
28	1	1	1	2	2	4	5	3	3	3	4	3	3	5	3	3	3	3	3	4	4	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	130	
29	2	3	2	3	2	4	5	2	3	2	4	2	3	4	2	3	2	3	2	4	4	2	3	2	4	4	2	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	4	122	
30	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	192

NEGERI JAKARTA

Hak Cipta :

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

- Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Data Tabulasi Uji Instrumen *Brand Ambassador* (X2)

Brand Ambassador (X2)																														
No. Responden	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	X2.16	X2.17	X2.18	X2.19	X2.20	X2.21	X2.22	X2.23	X2.24	X2.25	X2.26	X2.27	X2.28	TOTAL	
1	5	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	3	4	5	5	4	116	
2	3	3	4	3	5	4	5	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4	3	4	3	5	3	3	4	4	4	4	3	109	
3	3	3	3	3	4	3	5	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	5	3	5	3	3	3	3	5	5	3	99	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	113
5	2	2	2	2	4	3	4	4	2	3	4	5	5	2	3	4	4	4	4	5	3	4	4	2	2	3	5	5	3	95
6	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	74	
7	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	126	
8	3	3	3	4	5	4	5	2	3	3	5	5	3	3	4	3	3	3	5	4	5	3	4	3	4	5	5	4	106	
9	2	3	2	3	4	3	4	3	2	3	4	4	2	2	2	1	1	2	4	3	4	4	3	2	3	4	4	3	81	
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	140	
11	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	127	
12	2	3	4	4	4	5	4	2	2	2	4	4	3	3	3	3	2	4	4	2	4	2	3	3	4	4	4	4	92	
13	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	124	
14	3	2	3	4	5	4	5	3	2	3	5	5	2	3	3	3	2	3	5	3	5	2	3	1	3	5	5	3	95	
15	1	2	3	4	5	1	5	3	4	4	5	5	5	3	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	114	
16	5	2	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	2	2	3	4	3	4	2	3	1	4	4	4	4	90	
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	85	
18	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	124	
19	4	4	4	3	5	3	5	2	2	2	5	5	3	3	3	2	3	3	5	3	5	3	2	1	2	4	4	2	92	
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	139	
21	4	2	2	3	5	4	5	3	1	3	5	5	3	3	4	3	3	2	5	3	5	3	3	3	3	5	5	4	99	
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	113	
23	2	2	1	2	4	4	4	3	3	2	4	4	3	2	2	2	2	2	4	2	4	2	2	1	2	4	4	3	76	
24	4	1	3	3	5	3	4	2	3	3	5	5	3	3	2	2	2	3	5	3	4	3	3	1	3	4	4	2	88	
25	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	123	
26	2	2	2	2	4	3	5	2	3	2	4	4	3	3	3	3	3	2	4	3	5	3	2	3	3	5	5	3	88	
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112	
28	3	3	1	3	4	3	5	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	5	3	3	3	3	5	5	3	94	
29	3	3	3	3	5	2	5	2	2	2	5	5	3	3	3	2	3	2	5	3	5	3	3	3	4	5	5	3	95	
30	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	127	

NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan k
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Data Tabulasi Uji Instrumen Minat Beli (Y)

No. Responden	Minat Beli (Y)																												TOTAL	
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22	Y23	Y24	Y25	Y26	Y27	Y28		
1	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	5	5	4	109	
2	2	2	4	3	5	3	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	3	3	2	4	4	3	100
3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	5	5	3	94
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	139	
5	2	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5	3	4	5	4	4	4	3	107	
6	1	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	1	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	68	
7	4	5	4	5	3	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	122	
8	4	5	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	5	4	2	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	5	4	100	
9	4	2	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	3	4	3	5	4	5	5	2	100	
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112	
11	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	125	
12	2	3	2	3	4	4	4	3	3	3	4	3	5	4	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	5	5	3	95	
13	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	121	
14	2	3	2	3	4	3	5	3	2	3	2	3	5	4	2	4	3	5	3	5	3	2	2	2	3	4	4	2	88	
15	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	124	
16	3	2	3	2	4	3	4	2	3	2	3	3	5	4	2	4	4	5	3	5	2	3	2	3	2	5	5	2	90	
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	85	
18	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	127	
19	3	2	3	1	4	3	4	3	2	3	3	2	4	4	3	2	3	4	3	4	2	2	3	2	3	4	4	2	82	
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	113	
21	1	2	2	3	5	3	4	3	2	3	3	2	5	5	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	5	5	3	92	
22	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	4	4	4	95	
23	2	2	3	2	4	3	4	3	2	3	3	1	4	4	3	3	2	4	2	4	3	1	2	3	2	5	5	3	82	
24	2	2	2	1	5	4	5	3	3	2	2	3	5	5	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	2	5	5	3	90	
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112	
26	3	3	3	3	4	4	5	3	3	3	3	2	4	5	2	2	2	4	3	4	3	2	3	2	3	3	3	4	88	
27	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	127	
28	3	3	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	96	
29	3	3	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	102	
30	4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	121	

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan k
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 3 Hasil Data Uji Validitas

Hasil Data Uji Validitas *Digital Marketing* (X1)

Correlations					
		TOTAL			
X01	Pearson Correlation	,708**	X09	Pearson Correlation	,871**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X02	Pearson Correlation	,845**	X10	Pearson Correlation	,850**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X03	Pearson Correlation	,809**	X11	Pearson Correlation	0,326
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,079
	N	30		N	30
X04	Pearson Correlation	,846**	X12	Pearson Correlation	,886**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X05	Pearson Correlation	,802**	X13	Pearson Correlation	,892**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X06	Pearson Correlation	0,278	X14	Pearson Correlation	0,210
	Sig. (2-tailed)	0,136		Sig. (2-tailed)	0,265
	N	30		N	30
X07	Pearson Correlation	0,296	X15	Pearson Correlation	,918**
	Sig. (2-tailed)	0,112		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X08	Pearson Correlation	,850**	X16	Pearson Correlation	,867**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

X17	Pearson Correlation	,866**	X25	Pearson Correlation	,858**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X18	Pearson Correlation	,892**	X26	Pearson Correlation	,757**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X19	Pearson Correlation	,785**	X27	Pearson Correlation	0,321
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,084
	N	30		N	30
X20	Pearson Correlation	0,353	X28	Pearson Correlation	,798**
	Sig. (2-tailed)	0,056		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X21	Pearson Correlation	0,192	X29	Pearson Correlation	,840**
	Sig. (2-tailed)	0,309		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X22	Pearson Correlation	,912**	X30	Pearson Correlation	,854**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X23	Pearson Correlation	,870**	X31	Pearson Correlation	,838**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X24	Pearson Correlation	0,343	X32	Pearson Correlation	,814**
	Sig. (2-tailed)	0,064		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

X33	Pearson Correlation	0,348	X38	Pearson Correlation	0,263
	Sig. (2-tailed)	0,060		Sig. (2-tailed)	0,160
	N	30	X39	Pearson Correlation	,873**
X34	Pearson Correlation	,824**		Sig. (2-tailed)	0,000
	Sig. (2-tailed)	0,000		N	30
	N	30	X40	Pearson Correlation	,805**
X35	Pearson Correlation	0,302		Sig. (2-tailed)	0,000
	Sig. (2-tailed)	0,105		N	30
	N	30	X41	Pearson Correlation	0,154
X36	Pearson Correlation	,671**		Sig. (2-tailed)	0,417
	Sig. (2-tailed)	0,000		N	30
	N	30	X42	Pearson Correlation	,766**
X37	Pearson Correlation	,734**		Sig. (2-tailed)	0,000
	Sig. (2-tailed)	0,000		N	30
	N	30	TOTAL	Pearson Correlation	1
				Sig. (2-tailed)	
				N	30

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hasil Data Uji Validitas *Brand Ambassador* (X2)

Correlations					
		TOTAL			
X01	Pearson Correlation	,603**	X09	Pearson Correlation	,782**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X02	Pearson Correlation	,812**	X10	Pearson Correlation	,877**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X03	Pearson Correlation	,746**	X11	Pearson Correlation	0,252
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,180
	N	30		N	30
X04	Pearson Correlation	,875**	X12	Pearson Correlation	0,273
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,144
	N	30		N	30
X05	Pearson Correlation	0,312	X13	Pearson Correlation	,846**
	Sig. (2-tailed)	0,094		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X06	Pearson Correlation	,624**	X14	Pearson Correlation	,855**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X07	Pearson Correlation	0,340	X15	Pearson Correlation	,914**
	Sig. (2-tailed)	0,066		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X08	Pearson Correlation	,818**	X16	Pearson Correlation	,813**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30

Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

X17	Pearson Correlation	,859**	X23	Pearson Correlation	,853**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X18	Pearson Correlation	,844**	X24	Pearson Correlation	,812**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X19	Pearson Correlation	0,254	X25	Pearson Correlation	,841**
	Sig. (2-tailed)	0,175		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
X20	Pearson Correlation	,920**	X26	Pearson Correlation	0,340
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,066
	N	30		N	30
X21	Pearson Correlation	0,215	X27	Pearson Correlation	0,260
	Sig. (2-tailed)	0,255		Sig. (2-tailed)	0,164
	N	30		N	30
X22	Pearson Correlation	,847**	X28	Pearson Correlation	,802**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
			TOTAL	Pearson Correlation	1
				Sig. (2-tailed)	
				N	30

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hasil Data Uji Validitas Minat Beli (Y)

Correlations			TOTAL		
Y01	Pearson Correlation	,794**	Y09	Pearson Correlation	,913**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
Y02	Pearson Correlation	,756**	Y10	Pearson Correlation	,804**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
Y03	Pearson Correlation	,840**	Y11	Pearson Correlation	,857**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
Y04	Pearson Correlation	,821**	Y12	Pearson Correlation	,842**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
Y05	Pearson Correlation	0,346	Y13	Pearson Correlation	0,261
	Sig. (2-tailed)	0,061		Sig. (2-tailed)	0,163
	N	30		N	30
Y06	Pearson Correlation	,785**	Y14	Pearson Correlation	0,323
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,081
	N	30		N	30
Y07	Pearson Correlation	0,236	Y15	Pearson Correlation	,848**
	Sig. (2-tailed)	0,209		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
Y08	Pearson Correlation	,845**	Y16	Pearson Correlation	,826**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30


Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Y17	Pearson Correlation	,830**	Y23	Pearson Correlation	,832**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
Y18	Pearson Correlation	0,243	Y24	Pearson Correlation	,806**
	Sig. (2-tailed)	0,195		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
Y19	Pearson Correlation	,844**	Y25	Pearson Correlation	,847**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
Y20	Pearson Correlation	0,347	Y26	Pearson Correlation	0,260
	Sig. (2-tailed)	0,060		Sig. (2-tailed)	0,165
	N	30		N	30
Y21	Pearson Correlation	,756**	Y27	Pearson Correlation	0,220
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,244
	N	30		N	30
Y22	Pearson Correlation	,854**	Y28	Pearson Correlation	,766**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
			TOTAL	Pearson Correlation	1
				Sig. (2-tailed)	
				N	30



Lampiran 4 Hasil Data Uji Reliabilitas

Hasil Data Uji Reliabilitas Variabel *Digital Marketing* (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,985	30

Hasil Data Uji Reliabilitas Variabel *Brand Ambassador* (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,976	20

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,978	20

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 5 Tabel (R) untuk Uji Validitas

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 6 Hasil Tabulasi Data Final Responden

Hasil Tabulasi Data Final Variabel Digital Marketing (X1)

No	Digital Marketing (X1)																														TOTAL		
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.18	X1.19	X1.20	X1.21	X1.22	X1.23	X1.24	X1.25	X1.26	X1.27	X1.28	X1.29	X1.30			
1	4	4	3	5	4	3	5	4	5	4	3	4	5	4	3	4	4	4	5	3	4	3	5	4	5	4	4	4	5	4	122		
2	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	127		
3	3	4	5	2	4	3	4	3	4	5	2	5	3	4	3	5	5	3	5	5	3	5	2	4	5	3	4	4	5	5	118		
4	4	2	5	3	3	4	5	2	4	4	3	3	5	5	5	4	5	4	5	5	4	2	3	4	2	5	4	4	5	3	116		
5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	138		
6	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	137	
7	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	130		
8	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	125	
9	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	132	
10	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	126		
11	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	131	
12	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	135	
13	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	133		
14	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	133	
15	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	131	
16	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	132	
17	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	133	
18	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	130		
19	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	132	
20	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	132	
21	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	131		
22	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	131	
23	4	3	4	3	5	3	4	3	5	4	3	5	3	4	4	3	4	4	5	3	4	4	3	4	4	3	5	4	5	4	3	118	
24	4	3	4	3	3	4	5	4	4	3	4	3	4	4	3	5	5	4	5	4	5	3	4	4	4	5	3	4	3	5	3	4	117
25	3	5	5	2	5	3	4	5	3	4	3	5	5	4	5	4	5	3	4	3	4	3	4	4	5	3	4	4	3	4	5	120	
26	3	5	5	3	4	4	4	3	3	3	5	5	4	5	4	5	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	5	3	4	3	5	119	
27	4	5	4	5	5	4	3	5	5	4	4	5	2	3	5	4	3	4	3	4	6	4	4	5	4	5	3	4	5	3	4	123	
28	4	5	3	4	4	5	2	3	5	4	5	4	3	4	5	5	3	3	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	4	3	5	121	
29	4	3	5	3	4	3	5	5	3	4	5	4	3	5	4	3	5	4	3	5	4	3	5	4	4	5	4	3	5	3	5	122	
30	5	4	3	4	4	3	4	3	4	5	3	4	5	3	4	3	3	3	3	3	3	5	3	4	4	3	5	4	5	4	5	118	
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	133	
32	5	3	4	5	3	5	4	4	3	5	3	4	5	4	3	4	3	4	5	4	5	4	4	5	5	3	5	4	3	4	5	5	123
33	4	4	4	5	5	3	5	4	5	5	4	3	4	3	3	4	3	5	4	5	3	2	3	3	4	5	4	5	4	5	4	120	
34	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	139		
35	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	140	
36	3	4	5	4	5	3	5	5	4	3	3	5	5	3	4	4	5	4	5	5	3	3	5	5	4	3	5	5	3	4	124		
37	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	137	
38	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	140	
39	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	139	
40	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	136	
41	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	136	
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	150	
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	132	



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan k
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

90	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	138			
91	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	131		
92	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	137		
93	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	136		
94	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	135		
95	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	130		
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120		
97	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	132		
98	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	122		
99	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	124		
100	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	119



Hasil Tabulasi Data Final Variabel *Brand Ambassador* (X2)

No	Brand Ambassador (X2)																				TOTAL
	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	X2.16	X2.17	X2.18	X2.19	X2.20	
1	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	90
2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	94
3	3	3	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	5	5	3	4	85
4	5	4	5	3	5	5	4	5	4	3	4	5	4	3	5	4	3	5	3	5	84
5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	92
6	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	93
7	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	88
8	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	97
9	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	88
10	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	85
11	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	86
12	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	89
13	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	86
14	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	92
15	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	88
16	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	88
17	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	88
18	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	88
19	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	86
20	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	87
21	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	88
22	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	92
23	3	5	4	5	4	4	5	3	3	5	3	4	4	5	5	5	3	5	4	5	84
24	5	3	5	5	4	4	3	5	4	3	5	4	3	5	5	5	4	5	3	5	85
25	5	3	3	4	4	5	3	4	5	4	3	4	4	3	5	5	4	4	3	5	80
26	5	5	4	3	4	5	4	5	4	5	5	3	5	5	4	3	3	4	5	3	84
27	5	5	4	5	4	3	4	5	5	4	5	4	3	4	4	3	5	3	4	5	84
28	5	3	4	5	4	5	4	3	5	3	4	4	5	5	5	3	4	4	3	5	83
29	5	5	4	5	4	4	3	5	5	5	3	4	3	4	4	3	5	5	3	5	84
30	4	3	5	3	5	4	4	3	3	4	5	5	3	5	3	5	5	5	3	5	82
31	5	3	4	3	5	3	4	5	5	4	5	5	3	4	3	4	3	5	3	4	80
32	5	3	4	4	5	5	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	5	4	5	3	81

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan k
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



33	5	5	3	5	3	3	5	3	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	87
34	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	94
35	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	93
36	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	94
37	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	94
38	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	94
39	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	95
40	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	95
41	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	92
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	98
44	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	93
45	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	85
46	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	92
47	5	4	5	3	4	3	4	5	3	3	5	4	5	5	5	3	4	5	4	3	82
48	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	93
49	5	3	5	4	4	5	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	5	5	3	83
50	5	4	3	3	5	4	5	4	3	3	4	5	5	4	3	3	5	4	4	5	81
51	5	4	5	3	5	5	3	5	5	4	5	4	3	5	5	3	4	5	4	4	86
52	5	4	4	5	4	3	4	5	3	4	3	5	4	3	4	5	4	3	5	4	81
53	4	3	5	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	81
54	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	95
55	5	3	4	5	3	4	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	3	4	5	85
56	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	88
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	99
59	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	83
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	84
61	5	5	3	4	5	4	5	4	4	3	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	86
62	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	97
63	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	91
64	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	84
65	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99
66	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	82

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan k
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
68	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	88
69	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	5	4	88
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
72	4	5	5	4	3	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	3	5	3	5	85
73	4	5	5	4	3	5	5	4	5	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	83
74	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	94
76	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	2	4	4	86
77	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83
78	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	92
79	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	92
80	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	95
81	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	93
82	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	92
83	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	91
84	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	90
85	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	91
86	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	90
87	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	91
88	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	84
89	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	92
90	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	91
91	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	90
92	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	93
93	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	90
94	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	91
95	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	89
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
97	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	88
98	5	5	4	3	3	5	3	4	3	4	5	4	5	3	4	3	5	3	5	5	81
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
100	5	3	5	3	5	5	4	4	4	3	4	5	4	3	5	3	4	5	4	4	82

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan k
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hasil Tabulasi Data Final Variabel Minat Beli (Y)

No	Minat Beli (Y)																				TOTAL
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	
1	4	5	4	5	4	4	3	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	88
2	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	92
3	4	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	92
4	3	4	4	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	3	5	4	5	89
5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	93
6	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	95
7	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	90
8	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	88
9	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	86
10	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	87
11	4	4	4	5	5	3	4	3	5	4	4	5	5	5	4	3	5	4	5	4	85
12	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	88
13	4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	5	4	3	4	5	5	5	4	3	84
14	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	86
15	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	88
16	3	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	84
17	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	91
18	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	88
19	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	86
20	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	89
21	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	89
22	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	88
23	4	3	5	3	5	5	3	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	89
24	3	3	5	4	5	4	3	4	5	5	3	5	3	5	4	5	3	5	4	5	83
25	4	3	4	5	3	5	5	3	4	3	4	4	3	5	5	3	5	5	4	3	80
26	4	4	5	5	5	3	5	4	5	5	2	4	4	3	4	3	5	3	5	5	83
27	5	4	4	3	4	3	4	5	3	5	4	3	4	5	5	4	3	4	5	3	80
28	4	5	3	5	4	3	5	3	4	3	4	5	3	4	5	3	5	4	5	4	81
29	5	5	4	4	5	4	4	4	5	3	5	3	5	4	5	5	4	3	4	3	84
30	4	3	5	3	3	4	5	4	5	3	5	5	4	3	5	4	5	5	3	4	82
31	5	4	5	3	4	3	4	3	4	3	5	3	5	5	4	3	5	3	5	4	80
32	5	3	4	5	5	4	3	4	3	4	4	3	5	5	3	4	4	5	4	5	82

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan k
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan k
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

33	4	4	5	5	5	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	3	4	4	4	5	88	
34	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	95
35	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	93	
36	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	93	
37	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	94	
38	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	92	
39	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	93	
40	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5	86	
41	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	91	
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	98	
43	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	90	
44	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	92	
45	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	88	
46	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	95	
47	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	5	3	5	5	2	4	5	1	3	84	
48	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	91	
49	2	5	4	3	5	4	5	5	4	3	5	3	5	5	4	5	5	5	3	5	85	
50	5	5	3	4	5	3	5	4	3	5	3	4	5	3	4	5	3	5	5	3	82	
51	5	3	3	4	5	4	5	5	5	3	5	4	4	3	3	4	4	5	3	5	82	
52	5	4	3	5	2	5	4	3	2	4	5	2	5	5	4	5	4	5	3	5	80	
53	3	5	4	5	3	5	5	2	3	3	4	3	5	5	4	5	4	3	4	5	80	
54	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	87	
55	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	80	
56	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	87	
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80	
58	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	96	
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80	
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80	
61	5	3	4	3	5	4	5	3	5	3	5	4	5	3	4	3	5	4	5	3	81	
62	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	4	5	3	5	82	
63	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	89	
64	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	81	
65	5	3	4	3	5	4	5	5	4	5	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	83	
66	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	80	

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

67	5	4	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	96	
68	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	89
69	4	5	5	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	5	4	4	4	5	4	5	4	80
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	5	4	4	82
71	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99
72	3	3	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	5	4	3	3	4	4	80
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
74	5	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	93
75	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	4	82
76	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	3	4	4	5	5	4	4	5	5	89
77	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	85
78	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	93
79	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	90
80	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	90
81	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	85
82	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	91
83	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	88
84	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	91
85	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	90
86	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	90
87	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	91
88	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	92
89	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	86
90	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	90	
91	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	91
92	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	90
93	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	90
94	5	5	4	3	4	4	4	5	4	4	3	5	3	4	5	3	3	4	4	5	81	
95	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	89
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
97	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	85
98	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	84
99	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	88
100	5	4	5	4	3	4	5	5	4	5	3	4	4	5	4	5	5	5	5	3	4	86

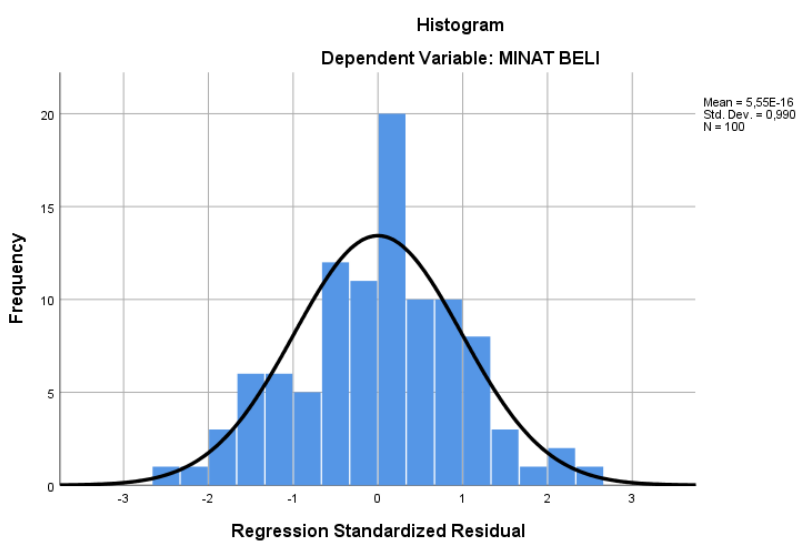
- Hak Cipta :**
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan k
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 7 Hasil SPSS versi 26 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,34673018
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,060
	Positive	,043
	Negative	-,060
Test Statistic		,060
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		



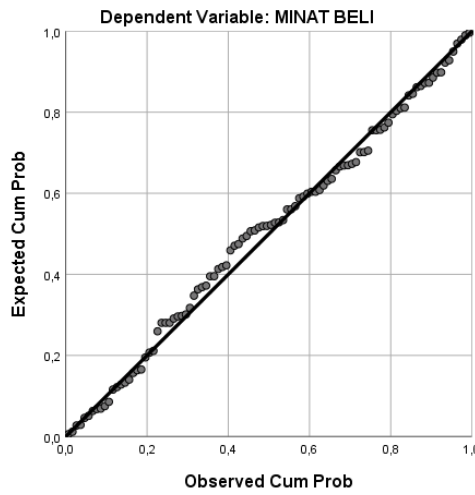
- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

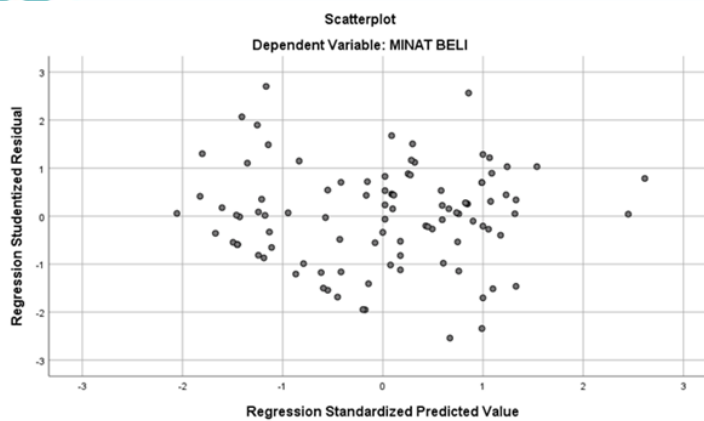


b. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	24,014	6,122		3,922	,000		
	DIGITAL MARKETING	,274	,047	,482	5,810	,000	,702	1,424
	BRAND AMBASSADOR	,313	,076	,344	4,145	,000	,702	1,424

a. Dependent Variable: MINAT BELI

c. Uji Heteroskedastisitas





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 8 Hasil SPSS versi 26 Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	24,014	6,122		3,922	,000		
	DIGITAL MARKETING	,274	,047	,482	5,810	,000	,702	1,424
	BRAND AMBASSADOR	,313	,076	,344	4,145	,000	,702	1,424

a. Dependent Variable: MINAT BELI

b. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,729 ^a	,531	,522	3,381	1,516

a. Predictors: (Constant), BRAND AMBASSADOR, DIGITAL MARKETING

b. Dependent Variable: MINAT BELI

Correlations				
		DIGITAL MARKETING	BRAND AMBASSADOR	MINAT BELI
DIGITAL MARKETING	Pearson Correlation	1	,546**	,670**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
BRAND AMBASSADOR	Pearson Correlation	,546**	1	,607**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
MINAT BELI	Pearson Correlation	,670**	,607**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

c. Uji Signifikansi T (Uji Parsial)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	24,014	6,122		3,922	,000		
	DIGITAL MARKETING	,274	,047	,482	5,810	,000	,702	1,424
	BRAND AMBASSADOR	,313	,076	,344	4,145	,000	,702	1,424

a. Dependent Variable: MINAT BELI

d. Uji Signifikansi F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1257,180	2	628,590	54,987	,000 ^b
	Residual	1108,860	97	11,432		
	Total	2366,040	99			

a. Dependent Variable: MINAT BELI

b. Predictors: (Constant), BRAND AMBASSADOR, DIGITAL MARKETING



Lampiran 9 Tabel T

Untuk Distribusi t (df : 81 – 111)

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 10 Tabel F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas (0,05)

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta




Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 11 *Curriculum Vitae*



Nadiya Arum Pangesti

Contact

-  087870185474
-  arumnadiya23@gmail.com
-  Bhakti Abri St., Depok City

Education

- 2020 - now
Jakarta State Polytechnic
Applied Business Administration
GPA 4.00
- 2017 - 2019
Senior High School 3 Depok
Major in Social Sciences
Was the head of the theater extracurricular

Skills

- Leadership  82%
- Negotiation  70%
- Communication  75%
- Software Ms Office  85%

Profile

Currently studying at the Jakarta State Polytechnic. I have a high leadership spirit and have internship experience in the human resource development division

Experience

- PT Panasonic Manufacturing Indonesia
July 2022 - January 2023
Human Resources Development (Intern)
Has completed assisting activities related to employee training
- Business Administration Student Association
2020 - 2022
Has finished serving as staff of study division and propaganda division

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta