



© 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

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* KOREA DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN CLIO PROFESSIONAL**



ALIFIA AZZAHRA

NIM: 4517030054

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

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

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

2021



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

ABSTRAK

ALIFIA AZZAHRA. Pengaruh *Brand Ambassador* Korea dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Clio Professional. Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta. 2021.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis mengenai pengaruh *brand ambassador* Korea dan promosi penjualan terhadap minat beli konsumen Clio Professional di Kota Jakarta Selatan. Bentuk metode dalam penelitian ini adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini merupakan konsumen wanita yang menggunakan produk kosmetik Clio, menggunakan teknik *Purposive Sampling* dengan metode *Proportional Stratified Random Sampling*. Penentuan jumlah sampel menggunakan perhitungan rumus Slovin didapatkan hasil sebanyak 80 orang responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi pustaka, sedangkan dalam teknik analisis data dilakukan uji validitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji signifikan parsial (uji statistik T), uji signifikansi simultan (uji F) dan uji koefisien determinasi menggunakan program SPSS versi 25.0 *for windows*. Berdasarkan hasil uji secara parsial, variabel *brand ambassador* Korea tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli konsumen Clio Professional dengan nilai t hitung < t tabel sebesar -2,080. Sedangkan variabel promosi penjualan memiliki pengaruh yang lebih besar dan signifikan terhadap minat beli konsumen dengan nilai t hitung > t tabel sebesar 4,117. Koefisien determinasi diperoleh nilai R sebesar 0,255 yang menunjukkan bahwa 25,5% minat beli konsumen dipengaruhi oleh variabel independen, yaitu *brand ambassador* Korea dan promosi penjualan. Sementara nilai yang tersisa sebesar 74,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, Promosi Penjualan, Minat Beli Konsumen.



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

ABSTRACT

ALIFIA AZZAHRA. *The Influence of Korean Brand Ambassadors and Sales Promotion Toward Consumers Buying Interest of Clio Professional. Department of Business Administration State Polytechnic of Jakarta. 2021.*

This research conducted to find out and analyze the influence of Korean brand ambassadors and sales promotions toward consumers buying interest of Clio Professional in South Jakarta. This research used an associative method and quantitative approach. The population of this research are female consumers used Clio cosmetic products, using Purposive Sampling technique with Proportional Stratified Random Sampling method. Determining the number of samples using the Slovin formula was 80 respondents. Data questionnaires and literature study are research techniques, while data were analyzed using validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, partial significance (T statistical test), simultaneous significance test (F test) and determination coefficient test using the SPSS program 25.0 version for windows. Based on the result of the data analysis method, the Korean brand ambassador variable had no effect and significant toward consumer buying interest of Clio Professional that t arithmetic $< t$ table that is equal to -2,080. Sales promotion variable has a greater and significant influence on consumer buying interest that t arithmetic $> t$ table that is equal to 4,117. The determination coefficient shows that adjusted R square value is 0.255 indicates that 25.5% of consumer interest are influenced by Korean brand ambassadors and sales promotions. The Remaining value of 74.5% is influenced by other variables not included in this research.

Keywords: *Brand Ambassador, Sales Promotion, Buying Interest.*



© 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 mengumumkannya 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 : Alifia Azzahra
NIM : 4517030054
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan (D4)
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* Korea Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Clio Professional

Depok, 31 Agustus 2021

Pembimbing II

Riza Hadikusuma, M.Ag
NIP 197404032001121002

Pembimbing I

Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si
NIP 198007112015041001

Mengetahui Ketua 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 mengumumkannya 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 : Alifia Azzahra
 NIM : 4517030054
 Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan
 Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* Korea Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Clio Professional

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

Hari : Rabu
 Tanggal : 25 Agustus 2021
 Waktu : 10.30 – 11.30

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si
 NIP 198007112015041001
 Penguji I : Fortuna Zain Hamid, S.E., M.Si
 NIP 195811201989032001
 Penguji II : Tuti Hartati, S.E., M.Si
 NIP 195705311988122001

.....



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

PERSYARATAN 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 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, 31 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan



Alifia Azzahra
NIM 4517030054



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir dalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh *Brand Ambassador* Korea Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Clio Professional”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr) pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Politeknik Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini banyak pihak yang terlibat atas partisipasi, dukungan serta bimbingan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih 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 Politeknik Negeri Jakarta periode 2021 – 2025.
3. Titik Purwinarti, S.Sos., M.Pd. selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta periode 2017 – 2021.
4. Husnil Barry, S.E., M.S.M. selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Terapan periode 2021 – 2025.
5. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Satu yang telah meluangkan waktu, serta memberikan masukan, dukungan dan arahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Riza Hadikusuma, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Dua yang telah memberikan arahan, saran dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Administrasi Niaga yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Haryoko (Ayah), Dewi (Bunda) dan keluarga yang selalu memberi dukungan serta mendoakan penulis sehingga diberikan kemudahan dalam menyelesaikan 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 menggunakan 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

9. Teman-teman Dabeer dan Mata Elang yang tanpa lelah menyemangati dan memberikan banyak masukan kepada penulis dalam melaksanakan skripsi.
10. Teman-teman ABT 2017 yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, senantiasa memberikan dukungan, bantuan, serta dorongannya sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini belum sempurna dan banyak kekurangan karena keterbatasan dari kemampuan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai bahan perbaikan untuk tahap selanjutnya agar menjadi bahan evaluasi bagi penulis.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca dan pihak yang berkepentingan.

Depok, 31 Agustus 2021

Penulis

Alifia Azzahra
NIM 4517030054



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

COVER	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERSYARATAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR GRAFIK	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Perumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Kerangka Teori	9
2.1.1 Pemasaran.....	9
2.1.1 <i>Brand Ambassador</i>	11



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

2.1.3 <i>Korean Wave</i>	14
2.1.4 Promosi Penjualan.....	16
2.1.5 Minat Beli.....	17
2.2 Hasil Penelitian/Jurnal Yang Relevan.....	19
2.3 Deskripsi Konseptual	21
2.4 Perumusan Hipotesis.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	24
3.1.1 Waktu Penelitian.....	24
3.1.2 Tempat Penelitian	24
3.2 Metode Penelitian	25
3.2.1 Populasi dan Sampel	25
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	28
3.2.3 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	29
3.2.4 Teknik Pengolahan Data	31
3.2.5 Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	36
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.2 Hasil Analisis Data.....	37
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	37
4.2.2 Karakteristik Responden	41
4.2.3 Analisis Tanggapan Responden.....	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

4.2.4 Analisis Uji Asumsi Klasik	65
4.2.5 Analisis Uji Hipotesis.....	69
4.3 Pembahasan	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	86
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	117





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

DAFTAR TABEL

Tabel:	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Histori Model <i>Brand Ambassador Clio</i>	3
Tabel 2.1	Hasil Penelitian/Jurnal Yang Relevan.....	20
Tabel 3.1	Waktu Penelitian.....	24
Tabel 3.2	Jumlah Sampel Konsumen <i>Clio Professional</i>	28
Tabel 3.3	Model Pernyataan <i>Skala Likert</i>	29
Tabel 3.4	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	30
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i> Variabel <i>Brand Ambassador Korea (X1)</i>	38
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i> Variabel Promosi Penjualan (<i>X2</i>).....	39
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i> Variabel Minat Beli Konsumen (<i>Y</i>).....	40
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	41
Tabel 4.5	Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator <i>Visibility</i>	44
Tabel 4.6	Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator <i>Credibility</i>	46
Tabel 4.7	Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator <i>Attraction</i>	48
Tabel 4.8	Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator <i>Power</i>	50
Tabel 4.9	Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator Komunikasi.....	52
Tabel 4.10	Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator Insentif.....	54
Tabel 4.11	Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator <i>Invitation</i>	56
Tabel 4.12	Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator Minat Transaksional.....	58
Tabel 4.13	Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator Minat Referensial.....	60
Tabel 4.14	Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator Minat Preferensial.....	62
Tabel 4.15	Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator Minat Eksploratif.....	64
Tabel 4.16	Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	66
Tabel 4.17	Hasil Uji Multikolinieritas.....	67
Tabel 4.18	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	70
Tabel 4.19	Hasil Uji Signifikansi Parsial <i>T</i>	71
Tabel 4.20	Hasil Uji Signifikansi Simultan <i>F</i>	72
Tabel 4.21	Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>R²</i>).....	73
Tabel 4.22	Hasil Uji Korelasi Secara Parsial.....	74



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

DAFTAR GAMBAR

Gambar:	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Kurva Pertumbuhan Percakapan Di Twitter Tentang K-Pop.....	1
Gambar 1.2	Jumlah <i>Audience</i> Unik <i>K-Pop</i> di Twitter	2
Gambar 1.3	<i>Performance Summary</i> Clio Cosmetics for Q1 & Q2 of 2021.....	6
Gambar 2.1	Proses Pembelian Konsumen Lima Tahap.....	19
Gambar 2.2	Tahap-Tahap Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian	19
Gambar 2.3	Kerangka Penelitian.....	22
Gambar 4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Golongan Konsumen	42
Gambar 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	42
Gambar 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	43
Gambar 4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Sumber Penghasilan	43

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

DAFTAR GRAFIK

Grafik:	Judul	Halaman
Grafik 4.1	Grafik Histogram	66
Grafik 4.2	<i>P-Plot of Regression Standardized Residual</i>	67
Grafik 4.3	Grafik <i>Scatterplot</i>	69





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:	Judul	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	86
Lampiran 2	Data Tabulasi <i>Pre-Test Brand Ambassador</i> Korea (X1).....	93
Lampiran 3	Data Tabulasi <i>Pre-Test</i> Promosi Penjualan (X2).....	94
Lampiran 4	Data Tabulasi <i>Pre-Test</i> Minat Beli Konsumen (Y)	95
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	96
Lampiran 6	Distribusi R Tabel Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	100
Lampiran 7	Data Tabulasi Final <i>Brand Ambassador</i> Korea (X1).....	101
Lampiran 8	Data Tabulasi Final Promosi Penjualan (X2)	104
Lampiran 9	Data Tabulasi Final Minat Beli Konsumen (Y).....	107
Lampiran 10	Hasil <i>Output</i> SPSS Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis	110
Lampiran 11	Distribusi Nilai T Tabel.....	114
Lampiran 12	Distribusi Nilai F Tabel	115

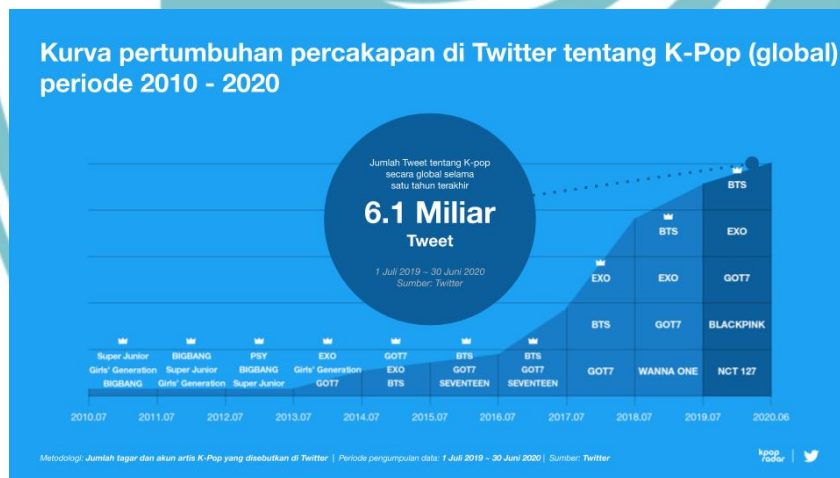
Hak Cipta :

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan budaya Korea di dunia sangat pesat dan meluas dalam dua dekade terakhir. Hal ini didukung dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang mudah diakses secara publik sehingga fenomena dari dampak “*Korean Wave*” (berupa musik, drama dan *variety show* mengenai budaya Korea) mudah dijumpai di beberapa belahan dunia termasuk di Indonesia. Berdasarkan *Korean Culture and Information Service* (2011: 13), *Hallyu* (dalam bahasa Korea) secara harfiah disebut *Korean Wave* (dalam bahasa Inggris) adalah istilah yang diciptakan oleh salah seorang jurnalis Beijing, China pada tahun 1990-an sebagai gambaran terhadap popularitas hiburan budaya Korea di negara China yang berkembang cukup pesat.



Gambar 1.1
Kurva Pertumbuhan Percakapan Di Twitter Tentang K-Pop
Sumber: #KpopTwitter World Map @TheNolja, 2020

Berdasarkan pada gambar 1.1, diperoleh sebesar 6,1 miliar *tweet* tentang *K-Pop* di Twitter secara global (periode 1 Juli 2019 – 30 Juni 2020). “*K-Pop (Korean Pop)* termasuk ke dalam fenomena *Korean Wave* sebagai jenis musik pop populer dari negeri gingseng Korea Selatan” (Ramadhan, 2021: 2). Melalui *platform* percakapan



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

K-Pop di media sosial, Twitter menjadi komunitas global untuk 20 negara yang paling banyak membicarakan *K-Pop* (periode 1 Juli 2019 sampai 30 Juni 2020) dan Indonesia menempati urutan kelima sebagai negara teratas.



Gambar 1.2

Jumlah Audience Unik K-Pop di Twitter

Sumber: #KpopTwitter World Map @TheNolja, 2020

Melihat maraknya fenomena *Korean Wave* di berbagai belahan dunia menjadikan kesempatan bagus bagi perusahaan untuk menarik konsumen yang memiliki antusias terhadap *K-Pop* dengan cara menjadikan grup idol *K-Pop* sebagai *brand ambassador*. Strategi pemasaran menggunakan *brand ambassador* telah lama digunakan oleh banyak perusahaan di dunia dan hal tersebut cukup efektif untuk kegiatan promosi memperkenalkan produk kepada masyarakat luas. Pemilihan *brand ambassador* bagi suatu merek disesuaikan dengan karakteristik merek itu sendiri. Selain itu pendapat yang diutarakan Shimp bahwa *celebrity endorser* “menggunakan artis yang dijadikan sebagai model iklan di media, mulai dari media cetak, media sosial dan lainnya.”

Selebriti digunakan karena nilai jual dari ketampanan, keberanian, talenta yang dimiliki dari masing-masing bidang berbeda, keanggunan, kekuatan, dan daya tarik lainnya yang mampu mewakili daya tarik yang memang diinginkan oleh merek yang diiklankan. (Shimp dalam Wulandari, 2019: 5).

Hal tersebut berkaitan dengan pendapat yang diutarakan oleh Kusuma dkk (2020:4) bahwa penempatan sebuah *brand* dapat menjadi alat untuk memudahkan



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

promosi penjualan. “Ketatnya persaingan membuat perusahaan harus memiliki sebuah strategi untuk menghadap para *competitor* agar konsumen tidak beralih dengan produk yang lain” (Sunarso *et all*, 2016). Oleh karena itu penggunaan *brand ambassador* Korea dilakukan dengan tujuan meningkatkan penjualan produk yang ditargetkan kepada penggemar *K-Pop* (*K-Popers*).

Clio atau Clio Professional adalah merek kosmetik berwarna pertama yang didirikan di Korea Selatan di bawah naungan Clio *Corporation* pada tahun 1993. Clio dibuat untuk merayakan wanita yang akan mengambil tantangan menjadi “*new-me*” dan menulis bab terbaik dalam hidup dengan riasan (Clio, 2021). Berdasarkan data untuk peringkat reputasi merek (*brand reputation*) perusahaan kecantikan Korea (*Korean Beauty*) tahun 2020 yang dirilis oleh *The Korean Institute of Corporate Reputation* melalui analisis berdasarkan partisipasi konsumen, liputan media dan indeks kesadaran masyarakat yang dikumpulkan sejak 16 November 2020 hingga 17 Desember 2020 Clio menempati urutan kesembilan dengan indeks popularitas sebesar 684,651 (themonodist.com, 2021).

Tabel 1.1
Histori Model *Brand Ambassador* Clio

Model Brand Ambassador	Periode Promosi
Stray Kids	2021 - Sekarang
Go Min Si	2021 - Sekarang
Kim Woo Seok	2020 – 2021
Krystal Jung	2018 – 2020
Gong Hyo Jin	2015 – 2017
Sandara Park	2013 – 2014
Lee Hyo Ri	2010 – 2012
Kim Ha Neul	2008 – 2010

Sumber: Cliocosmetic.com (2021)

Berdasarkan data dari tabel 1.1, dapat terlihat bahwa Clio Professional memilih model *brand ambassador* yang merupakan selebriti populer Korea, mulai dari aktris, penyanyi, hingga *idol*. “Pemilihan selebriti sebagai model *brand ambassador* bertujuan agar produk lebih mudah melekat di benak konsumen” (Nuraini, 2015). Penggunaan *brand ambassador* memiliki efek yang sangat positif.



© 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

Pada tahun 2021, Clio menunjuk *boy group* Stray Kids sebagai model *brand ambassador* kedua laki-laki setelah Kim Woo Seok di tahun 2020. *The Korean Business Research Institute* merilis *brand* reputasi ranking top 50 *boy group*, Stray Kids menduduki posisi peringkat yang cukup signifikan dengan perolehan indeks total sebesar 10,003,321 suara yang dikumpulkan mulai Januari – Desember 2020 (Rekorea, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa Stray Kids termasuk sebagai kategori *boy grup* asal Korea yang paling diminati. Sehingga berdasarkan informasi *brand reputasi* tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa popularitas menjadi faktor utama pemilihan *brand ambassador*.

Seorang pejabat dari Clio mengatakan alasan pemilihan Stray Kids sebagai *brand ambassador* Clio selanjutnya yaitu, “Stray Kids sebagai perwakilan grup *K-Pop next generation* yang mampu membangun *fandom* (klub penggemar) yang cukup kuat, tidak hanya di Korea tetapi secara global.” Pejabat tersebut juga memperkirakan bahwa adanya *chemistry* yang terbentuk dengan kuat dan hanya ditunjukkan oleh Clio dan Stray Kids (Naver.com, 2021). Selain itu di Korea, pria menjadi *brand ambassador* kosmetik telah umum dijumpai, strategi ini dilakukan untuk menarik konsumen wanita yang terpesona dengan ketampanan dari seorang pria. Oei (2013:173) menyatakan bahwa produk sering berangkat dari segmen “wanita dulu baru kemudian ke pria,” jika sudah dibeli wanita, maka harapannya pria juga akan membelinya. Ini dikatakan logis, dengan masuk ke segmen pria maka peluang pasar akan menjadi lebih besar.

Stray Kids merupakan *boyband* yang terdiri dari 8 (delapan) orang laki-laki dibawah naungan agensi JYP Entertainment. Sejak debutnya pada 2017 Stray Kids dijuluki sebagai *monster rookie* karena popularitasnya mampu bersaing dengan grup *K-Pop* senior. Beberapa pencapaian yang telah diperoleh Stray Kids sejak debut hingga sekarang, yaitu rekor pribadi *pre-orders* album *IN 生* tembus 300.000 copy (*XSports News*, 2020), lagu “*Back Door*” debut menjadi di *chart* penjualan lagu digital dunia Billboard (Koreaboo, 2020), telah menyelenggarakan 4 konser di tahun 2018, 12 konser di tahun 2019 dan 4 konser di tahun 2020 (*Concert Archives*, 2020), debut di top 200 Billboard Global (Koreaboo, 2021), dan menerima total 28 penghargaan musik (Koreaboo, 2021). Di Indonesia sendiri Stray Kids menempati

peringkat ke-5 sebagai grup *K-Pop* paling populer di Indonesia berdasarkan jumlah perolehan popularitas melalui *platform* Twitter.

Terpilihnya Stray Kids sebagai *brand ambassador* dilakukan Clio dalam rangka promosi peluncuran produk kosmetik kolaborasi Clio X Stray Kids yang memiliki *tagline* 21SS *Spicy*. Promosi penjualan dilakukan untuk sebuah penawaran tertentu dengan masa berlaku yang terbatas. Selain itu tujuan dari promosi penjualan yang dilakukan perusahaan adalah untuk membujuk pelanggan dan mempengaruhinya sehingga memiliki minat untuk berbelanja lebih banyak dan lebih sering (Sukirno, 2017: 237). Menurut Philip Kotler dalam Rangkuti (2013: 177) “promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mengkomunikasikan mengenai manfaat dari produk atau merek yang bertujuan meyakinkan konsumen agar membeli.”

Pada produk baru tersebut salah satu promosi Clio X Stray Kids yang dilakukan Clio adalah berupa pemberian bonus *photocard* dan *photo id* bergambar *member* Stray Kids secara *random* (masing-masing 1 foto per *member* dari jumlah 7 *member* Stray Kids) pada setiap pembelian produk *Stray Kids in office* selama periode *event* yang telah ditentukan. Pembelian produk dengan bonus tersebut hanya bisa dilakukan pada *brand official* Club Clio (Facebook Clio, 2021). Clio memiliki cara promosi yang mampu menarik perhatian penggemar Stray Kids. Dalam hal ini Clio melakukan promosi dengan tujuan mempengaruhi minat beli penggemar Stray Kids yang senang mengoleksi *photocard* bergambar *member* Stray Kids seperti gagasan mengenai promosi yang dikemukakan oleh Boone dan Kurtz dalam Tasnim dkk (2021: 100) bahwa “promosi dilakukan perusahaan dengan cara menginformasikan, mengkomunikasikan, membujuk hingga mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian.”

© 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



Fiscal Period: December	2020 Q3	2020 Q4	2021 Q1	2021 Q2
Net sales ¹	50,6	50,2	57,9	58,8
EBITDA	-	-	-	-
Operating profit (EBIT) ¹	1,05	-1,41	2,04	3,52
Operating Margin	2,07%	-2,80%	3,53%	5,98%
Pre-Tax Profit (EBT) ¹	4,17	-0,82	3,14	4,60
Net income ¹	3,30	-0,66	2,24	3,40
Net margin	6,52%	-1,32%	3,87%	5,78%
EPS	-	-	-	-
Dividend per Share	-	-	-	-
Announcement Date	11/13/2020	02/10/2021	05/14/2021	-

Gambar 1.3

Performance Summary Clio Cosmetics for Q1 & Q2 of 2021

Sumber: marketscreener.com, 2021

Gambar 1.3 merupakan *financial performance summary* Clio pada Q1 dan Q2 tahun 2021. Dari jumlah kuartal 4 (Q4) sebelumnya di tahun 2020 Clio memiliki *net sales* sebesar 50,2 miliar KRW, kemudian terlihat adanya kenaikan *net sales* pada kuartal 1 (Q1) tahun 2021 sejumlah 57,9 miliar KRW. Diketahui pada kuartal pertama (3 Februari 2021 – 14 Mei 2021) merupakan periode pertama sejak Stray Kids dipilih sebagai *brand ambassador* Clio dan penjualan *online* untuk 21SS *Spicy* sudah berjalan. Selanjutnya pada Q2 (15 Mei – 12 Agustus 2021) sudah terlihat adanya estimasi kenaikan kembali *net sales* menjadi 58,8 miliar KRW.

Berdasarkan data tersebut di atas, promosi penjualan mampu memberikan *feedback* sehingga dapat berguna terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Hasil yang diperoleh dari promosi penjualan tersebut akan memberikan dampak tidak hanya pembelian kembali tapi juga pembelian secara berulang dari pelanggan karena kedua hal tersebut merupakan bagian indikator dari loyalitas, (Rakhmat *dalam* Tasnim dkk, 2011: 102). Tentu saja Clio dalam hal ini tidak sekedar mengadakan promosi produk dan memilih Stray Kids sebagai *brand ambassador*, namun Clio telah menargetkan pasar sasarannya yaitu konsumen dan para penggemar *K-Pop* (*K-Popers*), karena para pecinta *K-Pop* ini akan mudah tertarik dan menimbulkan minat beli pada produk yang berhubungan dengan Korea.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Brand Ambassador* Korea Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Clio Professional.**”

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 mengumumkannya 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

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis jabarkan di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah minat beli konsumen akan meningkat jika sebuah merek menggunakan *public figure* Korea *brand ambassador*?
- b. Apakah Stray Kids sebagai *brand ambassador* laki-laki dapat mempengaruhi pembelian produk kosmetik Clio Professional di Kota Jakarta Selatan?
- c. Apakah promosi penjualan yang dilakukan Clio Professional merupakan jenis promosi yang efektif?
- d. Apakah dengan adanya promosi penjualan yang memiliki keterkaitan dengan *brand ambassador* mampu mempengaruhi minat beli konsumen Clio Professional di Kota Jakarta Selatan?

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, penulis membuat pembatasan masalah sehingga penelitian ini lebih terarah, fokus dan jelas, serta agar penelitian tidak keluar dari jalur pembahasan yang dimaksud, maka penulis membatasi penelitian ini berkenaan dengan *brand ambassador* Korea dan peningkatan promosi penjualan oleh Clio Professional pada konsumen wanita yang domisili di Kota Jakarta Selatan.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh *brand ambassador* Korea terhadap minat beli konsumen produk kosmetik Clio Professional?
- b. Bagaimana pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli konsumen produk kosmetik Clio Professional?
- c. Bagaimana pengaruh *brand ambassador* Korea dan promosi penjualan terhadap minat beli konsumen produk kosmetik Clio Professional?



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

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan yang diinginkan oleh penulis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui dan menganalisis mengenai *brand ambassador* Korea terhadap minat beli konsumen produk kosmetik Clio Professional.
- b. Mengetahui dan menganalisis promosi penjualan terhadap minat beli konsumen produk kosmetik Clio Professional.
- c. Mengetahui dan menganalisis adanya hubungan antara *brand ambassador* Korea dan promosi penjualan terhadap minat beli konsumen produk kosmetik Clio Professional.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini selain diharapkan memiliki tujuan, penulis mengharapkan adanya manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung bagi:

- a. Penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dan meyakinkan konsumen terkait *brand ambassador* yang digunakan untuk mempromosikan produk sehingga timbul kepercayaan yang membangun loyalitas konsumen terhadap merek.
- b. Penelitian ini merupakan sarana bagi penulis untuk dapat mengembangkan wawasannya serta menambah ilmu pengetahuan baru tentang perilaku konsumen dalam pembelian.
- c. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dan sebagai penambah pengetahuan bagi mahasiswa lainnya.

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 V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh *brand ambassador* Korea dan promosi penjualan terhadap minat beli konsumen Clio Professional secara signifikan. Berdasarkan analisis dari hasil penelitian yang telah dilakukan, adapun kesimpulan dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil uji secara parsial, variabel *brand ambassador* Korea tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli konsumen Clio Professional. Artinya kepercayaan konsumen terhadap produk kosmetik Clio tidak didasari oleh faktor *brand ambassador*. Berdasarkan rekapitulasi jawaban responden pada indikator minat eksploratif, sebesar 86,25% konsumen setuju untuk mencari informasi mengenai kualitas produk kosmetik Clio melalui *beauty vlogger* sebelum melakukan pembelian produk. *Beauty vlogger* dianggap lebih mampu mengedukasi konsumen melalui tips dan trik dalam *bermake up* serta dapat memberikan rekomendasi pemilihan *makeup* yang sesuai dengan tipe kulit konsumen.
- b. Berdasarkan hasil uji secara parsial, variabel promosi penjualan berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli konsumen Clio Professional. Artinya promosi penjualan yang dilakukan oleh Clio mampu menarik perhatian konsumen, seperti bonus *photocard* bergambar *member* Stray Kids yang dinilai unik dan merepresentasikan minat konsumen *K-Popers*. Hal ini ditunjukkan dengan tema produk Clio X Stray Kids yang berbeda-beda pada setiap *event* promosi sehingga akan ada perubahan dari konsep kosmetik dan juga bonus *photocard* yang diberikan.
- c. Hasil uji secara simultan, variabel *brand ambassador* Korea dan promosi penjualan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Clio Professional. Artinya penggunaan *brand ambassador* berupa *public figure* Korea secara positif dapat membantu dalam meningkatkan *branding* serta penjualan produk apabila diikuti dengan promosi penjualan yang

mampu mengubah faktor perasaan atau emosi yang dimiliki konsumen sehingga membentuk perilaku pembelian. Hal ini ditunjukkan dari perilaku konsumen yang melakukan pembelian produk kosmetik Clio X Stray Kids demi mendapatkan bonus *photocard* yang hanya tersedia pada waktu *event* tertentu.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, *brand ambassador* Korea dan promosi penjualan terhadap minat beli konsumen Clio Professional, serta kesimpulan yang diperoleh, adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel *brand ambassador* Korea memiliki pengaruh yang lebih kecil terhadap minat beli konsumen Clio Professional. Hal tersebut dikarenakan penggunaan *brand ambassador* laki-laki tidak efektif mempengaruhi minat konsumen dalam pembelian produk kosmetik terhadap konsumen Clio di Kota Jakarta Selatan yang didominasi oleh mahasiswi. Clio Professional diharapkan mampu memilih idola atau *trendsetter* yang sesuai dengan target konsumen yaitu wanita, karena pada dasarnya kosmetik memang ditujukan untuk kaum hawa yang memiliki perhatian terhadap penampilan. Selain itu diperlukan *brand ambassador* yang tidak hanya berperan sebagai *face of brand*, tetapi sosok yang memiliki relevansi atau latar belakang yang sesuai dengan karakteristik produk.
- b. Berdasarkan hasil jawaban responden dari variabel promosi penjualan, bahwa tidak semua konsumen menganggap *photocard* bergambar *member* Stray Kids merupakan bentuk bonus yang bermanfaat. Artinya Clio Professional perlu melakukan inovasi sehingga bonus yang di dapat merupakan imbalan yang sebanding atas harga yang dibayarkan untuk produk. Melalui inovasi dalam mempromosikan produknya tersebut, Clio dapat mengubah tingkah laku konsumen dalam mempengaruhi minat mereka terhadap suatu produk dan dapat menaikkan keuntungan penjualan.
- c. Bagi peneliti selanjutnya di masa mendatang, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai perbandingan serta referensi acuan yang nantinya dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk memperdalam penelitian. Selanjutnya



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

disarankan agar menggunakan variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini seperti citra merek, bauran pemasaran, kualitas layanan, harga dan lain sebagainya melalui berbagai sumber referensi yang terkait. Sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran dan mempromosikan mereknya.



© 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





DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Amrizal, D. 2019. *Metode Penelitian Sosial Bagi Administrasi Publik*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Anderson, C.S dkk. 2014. *The global impact of South Korean popular culture: Hallyu unbound*. Lexington books.
- Angelica dan Cahyani, Ria. Tanpa Tahun. *Pemasaran Dasar-Dasar: Pendekatan Manajerial Global* Buku 2, Edisi 16. Jakarta: Salemba Empat.
- Ansori, M. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Assauri, S. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Azhar, A.W. 2021. *Menulis Laporan Penelitian bagi Peneliti Pemula*. Insan Cendekia Mandiri.
- Chung, A.Y. 2011. *K-Drama: A New TV Genre with Global Appeal (Korean Culture Book 3)*. Seoul: Korean Culture and Information Service IPWIJA, D.S., 2017. *Belajar Manajemen Dimulai Dari Sini*. Ahlimedia Book.
- Cannon, Joseph P dkk. 2008. *Basic Marketing, A Global-Managerial Approach*. Terjemahan oleh Diana Angelica dan Ria Cahyani (Tanpa Tahun). Jakarta: Salemba Empat.
- Firmansyah, M.A. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Fitrah, M. 2018. *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Gulo, W. Tanpa Tahun. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Gumilar, I. 2007. *Metode Riset Untuk Bisnis & Manajemen*. Utamalab.
- Indra, P. I Made dan Cahyaningrum, Ika. 2019. *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Kadarudin. 2021. *Penelitian Di Bidang Ilmu Hukum*. Semarang: Formaci.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management*. Milenium Edition. New Jersey: Prentice Hall Intl.
- Kuwahara, Y. ed. 2014. *The Korean wave: Korean popular culture in global context*. Springer.

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

- Laksana, Muhammad Fajar. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Jawa Barat: Khalifah Mediatama.
- Lea Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Maryati, K. 2006. *Sosiologi:-Jilid 2*. ESIS.
- Mertha Jaya, I Made Laut. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Musnaini, dkk. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Sumatra Barat: Insan Cendikia Mandiri.
- Nugroho, E. 2018. *Prinsip-prinsip Menyusun Kuesioner*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Nurchahyo, Bagus. 2016. *Memahami Riset Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish
- Purnomo, R.A. 2016. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. CV. WADE GROUP bekerjasama dengan UNMUH Ponorogo Press.
- Rangkuti, F. 2013. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ramadhan, Adhitya dan Prayogas, Agil. 2021. "Dijajah Korea". Dalam Korry El-Yana (Ed.). 2021. *Dijajah Korea*. Indigo Media.
- Riyanto, S dan Hatmawan, A.A. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rukajat, A. 2018. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sa'adah, L. 2020. *Kualitas Layanan, Harga, Citra Merek serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Saleh, H.M.Y. dan Miah Said, S.E. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies (Vol. 1)*. SAH MEDIA.
- Saputra, A. 2020. *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Setiawan, S dkk. 2012. *Statistika II*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sukirno, S. 2017. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Prenada Media.
- Sumarwan, U dan Tjiptonon, F. 2019. *Strategi pemasaran dalam perspektif perilaku konsumen*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Suyono. 2018. *Analisis Regresi Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.



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

Tasnim, dkk. 2021. *Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Unaradjan, D.D. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta.

Jurnal

Amin, A.M dan Yanti, R.F. 2021. Pengaruh *Brand Ambassador*, *E-WOM*, Gaya Hidup, *Country Of Origin* dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Korea Nature Republic. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 2 No.1, Halaman 1-14. ISSN: 2745-4614.

Aptaguna, A dan Pitaloka, E. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *WIDYAKALA: Journal Of Pembangunan Jaya University*. Vol. 3, Halaman 49-56.

Bhara, A.M. 2019. Pengaruh Iklan “Shopee Blackpink Sebagai *Brand Ambassador*” Terhadap Minat Belanja Online Mahasiswa. *Jisip: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Vol. 8 No.4, Halaman 288-296. ISSN: 2442-6962.

Brilliani, B, Kusniadji, S dan Utami, L.S.S. 2019. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli *Smartphone LG G7 ThinQ* Pada Fans BTS di Jakarta Barat. *Koneksi*. Vol. 2 No.2, 240-245. E-ISSN: 2598-0785.

Kharisma, L dan Hutasuhut, S. Peran Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh *Brand Ambassador* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Niagawan*. Vol. 8 No.3, Halaman 197-215. ISSN: 2301-7775

Mardiani, A.S dan Wardhana, A. 2018. Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Bandung Kunafe Cake. *eProceedings of Manajement*. Vol 5 No.1, Halaman 77-83. ISSN: 2355-9357

Ramlawati, R dan Lusyana, E. 2020. Pengaruh *Celebrity Endorsement* Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah Pada Mahasiswi Hpmm Cabang Maiwa Di Makassar. *Manor: Jurnal Manajemen dan Organisasi Review*. Vol.2 No.1, Halaman 65-75. ISSN: 2657-0130.

Saputro, A. 2018. Pengaruh *Digital Marketing* dan *Brand Ambassador* dalam Membentuk *Brand Identity* sebagai Variabel Intervensi terhadap *Purchase Intention* Pada Produk Markobar. *Jurnal Strategi Pemasaran*. Vol. 5 No. 2.

Shahnaz, N.B.F. dan Wahyono, W. 2016. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online. *Management Analysis Journal*. Vol. 5 No. 4.

Wirayanthi, N dan Santoso, S. 2018. Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk *Private Label*. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara (JMD)*. Vol. 1 No. 2, Halaman 87-96.



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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Wulandari, C, Siburian, P.S dan Asnawati, A. 2019. Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Oppo F3 di Samarinda. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman (JIMM)*, Vol. 3 No. 4.

Situs Website

Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. 2020. “*Jumlah Provinsi DKI Jakarta Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin.*” (<https://jakarta.bps.go.id/> diakses 18 Agustus 2021).

Berry, Mikayla. 2020. “*Stray Kids Had One Of Their Best Debut Weeks Ever On Billboard’s World Digital Song Sales Chart With “Back Door”.*” (<https://www.koreaboo.com/> diakses 11 Juli 2021).

Clio Professional. 2019. “*History About Clio.*” (<https://cliocosmetic.com/> diakses pada 7 Juli 2021).

Concert Archives. 2020. “*Stray Kids’s Concert History.*” (<https://www.concertarchives.org/> diakses 11 Juli 2021).

Dwi, Intan. 2021. “*6 Boy Grup Korea Ini Ditunjuk Jadi Brand Ambassador Produk Kecantikan.*” (<https://www.beautynesia.id/> diakses 6 Juni 2021).

Hye-Jeong, Kim. 2021. “*스트레이 키즈, 메이크업 브랜드 ‘클리오’ 새 얼굴 발탁.*” (<https://n.news.naver.com/> diakses 14 Juni 2021).

Koreaboo. 2021. “*All 28 Music Awards That Stray Kids Has Received Since Debut.*” (<https://www.koreaboo.com/> diakses 11 Juli 2021).

Market Screener. 2021. “*Clio Cosmetics Co.,Ltd.*” (<https://marketscreener.com/> diakses 7 Juli 2021).

Miji, Kim. 2020. “*스트레이 키즈, 새 앨범 ‘IN 生’ 선주문 30만장 돌파... 자체 최고 기록[공식입장].*” (<https://www.xportsnews.com/> diakses 11 Juli 2021).

Seo-Yeon, Park. 2021. “*방탄소년단, 3월 보이그룹 브랜드평판 압도적 1위..2위 NCT-3위 샤이니(공식).*” (<https://entertain.naver.com/> diakses 6 Juni 2021).

Odile Monod. 2021. “*December 2020 Korean Beauty Company Ranking Announced.*” (<https://themonodist.com/> diakses 28 Mei 2021).

The Nolja. 2020. “*Merayakan 1 Dekade #KpopTwitter.*” (<https://twitter.com/> diakses 6 Juni 2021).



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 1

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* KOREA DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
CLIO PROFESSIONAL

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi akhir Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta, saya selaku peneliti memohon untuk kediaan Saudari dan teman-teman untuk mengisi kuesioner ini. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui “Pengaruh *Brand Ambassador* Korea Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Clio Professional”. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data primer. Oleh karena itu, saya mohon bantuan dari Saudari untuk mengisi/memberikan penilaian atas beberapa pertanyaan terkait dengan penelitian ini. Jawaban yang Saudari dan teman-teman berikan akan sangat bermanfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang pemasaran dan minat beli konsumen. Demikian pengantar ini saya buat, atas perhatian dan kerjasama dari seluruh pihak saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Alifia Azzahra



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

Mohon mengisi data dibawah ini dengan sebenar-benarnya. Pilihlah salah satu jawaban dan beri tanda ceklis (√) pada jawaban yang paling sesuai dengan keadaan Anda.

1. Usia : 24 – 25 Tahun 21 – 23 Tahun
2. Golongan Konsumen : *K-Popers* Non *K-Popers*
3. Pekerjaan : PNS Wirausaha
 Karyawan Swasta/BUMN
 Mahasiswa/i Pelajar
4. Sumber Penghasilan : Uang Saku
 Pendapatan Pribadi/ Gaji

II. PERTANYAAN PENELITIAN

A. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Responden dimohon mengisi kuesioner dengan menjawab seluruh pertanyaan dan membaca setiap alternatif jawaban yang diberikan.
2. Pilihlah salah satu jawaban dan beri tanda ceklis (√) pada kolom yang tersedia yang paling sesuai dengan tanggapan Anda.
3. Dalam pengisian kuesioner ini tidak ada jawaban yang salah, oleh karena itu responden diusahakan agar tidak mengosongkan jawaban.

Kriteria jawaban berupa Skala *Likert*, sebagai berikut:

Keterangan	Kode	Bobot Nilai
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Cenderung Setuju/Cenderung Tidak Setuju	CS/CTS	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

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

B. Daftar Pertanyaan Kuesioner

1. *Brand Ambassador* Korea (X_i)

Pertanyaan		Penilaian				
		SS	S	CS/ CTS	TS	STS
<i>Visibility</i>						
1.	Stray Kids adalah <i>boyband</i> Korea yang Saya ketahui					
2.	Saya dapat mengenali Stray Kids hanya dengan melihat wajah grup atau membeinya					
3.	Nama grup Stray Kids mudah di ucapkan dan diingat					
4.	Stray Kids sebagai <i>brand ambassador</i> Clio merupakan sosok yang populer					
5.	Stray Kids sebagai <i>brand ambassador</i> Clio memiliki citra diri yang baik di mata publik					
<i>Credibility</i>						
6.	Stray Kids memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam mengkomunikasikan pesan produk Clio					
7.	Stray Kids memiliki pembawaan yang menarik dalam mengiklankan produk Clio					
8.	Stray Kids mampu memperlihatkan kualitas produk kosmetik Clio melalui iklan yang mereka kampanyekan					
9.	Stray Kids dipandang memiliki sikap yang jujur dan terpercaya					
10.	Stray Kids mampu memberikan pendapat terhadap produk kosmetik Clio secara objektif					
<i>Attraction</i>						
11.	Stray Kids memiliki <i>visual</i> yang menarik dan memikat sebagai <i>brand ambassador</i> Clio					
12.	Stray Kids memiliki <i>charisma</i> yang kuat					
13.	Stray Kids memiliki kepribadian yang ceria dan menyenangkan					

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

14.	Figure Stray Kids mampu memberikan inspirasi					
15.	Sikap percaya diri yang dimiliki Stray Kids senada dengan citra Clio Professional					
Power						
16.	Stray Kids merupakan sosok yang dapat mencuri perhatian					
17.	Stray Kids mampu membangun fandom yang kuat secara global					
18.	Stray Kids sebagai <i>brand ambassador</i> mampu membangun identitas merek Clio Professional					
19.	Stray Kids mampu mengubah persepsi atas produk yang dikampanyekan					
20.	Produk yang digunakan Stray Kids menimbulkan ketertarikan dan rasa ingin mencoba					

2. Promosi Penjualan (X₂)

Pertanyaan	Penilaian				
	SS	S	CS/ CTS	TS	STS
Komunikasi					
1.	Promosi penjualan berbonus <i>photocard</i> bergambar <i>member</i> Stray Kids efektif				
2.	Promosi penjualan berbonus <i>photocard</i> bergambar <i>member</i> Stray Kids unik dan menarik				
3.	Informasi yang terdapat pada poster promosi jelas dan mudah dimengerti				
4.	Promosi Clio x Stray Kids menggunakan bahasa yang komunikatif				
5.	Penawaran promosi berbentuk bonus <i>photocard</i> bergambar <i>member</i> Stray Kids membuat saya mempertimbangkan melakukan pembelian produk				
Insentif					



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

6.	Promosi penjualan berbonus <i>photocard</i> bergambar <i>member</i> Stray Kids merepresentasikan minat <i>K-Popers</i>					
7.	Mendapatkan bonus <i>photocard</i> bergambar <i>member</i> Stray Kids merupakan imbalan yang sebanding atas harga yang dibayarkan untuk produk					
8.	Bonus <i>photocard</i> bergambar <i>member</i> Stray Kids bermanfaat					
9.	Adanya bonus <i>photocard</i> bergambar <i>member</i> Stray Kids membuat Saya memiliki kecenderungan hati pada <i>brand</i> Clio					
10.	Timbulnya kepuasan karena mendapatkan produk beserta bonus pembelian dengan kualitas yang bagus					
Invitation						
11.	Promosi penjualan membuat saya ingin mencoba produk kosmetik Clio					
12.	Saya adalah penggemar Stray Kids dan saya membeli produk kosmetik Clio karena Stray Kids					
13.	Melihat iklan promosi Clio x Stray Kids membuat saya melakukan pembelian produk kosmetik Clio					
14.	Mendapatkan <i>photocard</i> bergambar <i>member</i> Stray Kids adalah alasan pembelian produk					
15.	Melihat poster promosi Clio x Stray Kids di media sosial mempengaruhi Saya dalam melakukan keputusan pembelians					

3. Minat Beli Konsumen (Y)

Pertanyaan	Penilaian				
	SS	S	CS/CTS	TS	STS
Minat Transaksional					
1.	Saya memutuskan untuk mencoba produk kosmetik Clio				



© 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

2.	Karena iklan yang menarik saya tertarik melakukan pembelian produk kosmetik Clio					
3.	Sadar akan adanya kebutuhan saya memutuskan untuk membeli produk kosmetik Clio					
4.	Karena memberikan hasil yang memuaskan saya memutuskan untuk melakukan pembelian ulang					
5.	Saya bersedia membayar lebih untuk produk kosmetik Clio					
Minat Referensial						
6.	Karena berpengalaman dalam hal penggunaan kosmetik saya akan merekomendasikan Clio kepada orang-orang disekitar					
7.	Saya akan memperlihatkan kualitas produk kosmetik Clio pada keluarga dan teman dengan cara menggunakan produk tersebut					
8.	Saya akan mengajak keluarga dan teman untuk mencoba produk kosmetik Clio					
9.	Saya akan memberikan tanggapan yang baik terhadap produk kosmetik Clio kepada keluarga dan teman					
10.	Saya akan memberikan komentar yang positif terhadap produk kosmetik Clio kepada teman dan keluarga					
Minat Preferensial						
11.	Saya menggunakan produk kosmetik Clio karena memberikan hasil yang optimal					
12.	Saya akan memilih brand Clio karena memiliki produk yang sesuai dengan tone warna kulit saya					
13.	Saya akan memilih <i>brand</i> Clio sebagai kosmetik utama yang saya gunakan dibandingkan <i>brand-brand</i> lainnya					
14.	Clio memiliki produk kosmetik dengan harga yang diharapkan					
15.	Clio memiliki bonus pembelian produk disetiap <i>event</i> promosi dibandingkan <i>brand</i> 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Minat Eksploratif

Minat Eksploratif					
16.	Saya akan mencari informasi mengenai reputasi <i>brand</i> Clio melalui sumber internet				
17.	Saya akan mencari informasi mengenai kualitas produk kosmetik Clio melalui <i>beauty vlogger</i>				
18.	Saya akan mencari informasi berdasarkan pengalaman pribadi orang lain dalam menggunakan produk kosmetik Clio				
19.	Saya akan mengunjungi toko yang menjual produk kosmetik Clio untuk mendapatkan <i>trial</i> produk				

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Lampiran 2

Data Tabulasi *Pre-Test Brand Ambassador Korea (X1)*

No	Brand Ambassador Korea (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	
1	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	86
2	1	1	1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	57
3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	86
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	86
5	2	1	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	5	73
6	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	2	73
7	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	90
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
9	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	94
10	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78
11	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83
12	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	70
13	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	87
14	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	4	4	86
15	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	88
16	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	98
17	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	84
18	2	2	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	4	4	59
19	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	86
20	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	84
21	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	92
22	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	90
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
24	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
25	4	2	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	76
26	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	75
27	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	2	69
28	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	83
29	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	87
30	4	2	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	62
31	5	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	75
32	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	90

- 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 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 3

Data Tabulasi *Pre-Test* Promosi Penjualan (X2)

No	Promosi Penjualan (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	
1	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	71
2	4	4	5	3	4	5	2	1	1	3	3	1	1	1	1	39
3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	3	4	3	66
5	5	4	3	4	3	5	3	2	3	4	5	2	3	2	2	50
6	4	4	4	4	2	4	4	3	2	4	3	2	2	2	2	46
7	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	5	3	3	3	3	59
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
9	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	70
10	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	52
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
12	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	52
13	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	3	3	4	4	62
14	4	5	4	4	5	5	5	3	4	5	5	4	4	5	5	67
15	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	69
16	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	3	3	3	4	56
17	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	2	1	2	2	48
18	5	3	4	3	3	3	4	5	4	5	3	3	3	4	4	56
19	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	62
20	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
21	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	71
22	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	62
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
25	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	59
26	4	3	3	4	5	5	4	3	2	3	4	4	2	4	2	52
27	3	4	3	3	2	4	3	2	2	3	4	2	2	2	2	41
28	5	5	4	4	3	5	5	5	3	5	3	2	2	2	2	55
29	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	60
30	4	3	2	3	3	4	3	2	2	3	3	2	2	2	2	40
31	4	3	3	4	4	5	5	3	4	3	4	4	3	5	5	59
32	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	60

- 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 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 4

Data Tabulasi *Pre-Test* Minat Beli Konsumen (Y)

No.	Minat Beli Konsumen (Y)																				Total
	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9	Y_10	Y_11	Y_12	Y_13	Y_14	Y_15	Y_16	Y_17	Y_18	Y_19	Y_20	
1	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	3	2	3	4	4	5	4	5	3	78
2	4	4	4	3	1	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	1	3	68
3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	4	3	5	5	4	4	4	4	84
4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	5	4	3	4	73
5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	5	4	5	3	79
6	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	5	4	3	4	76
7	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	4	3	61
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
9	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	94
10	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	70
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
12	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	70
13	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	4	2	3	4	4	4	3	4	5	65
14	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	80
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	79
16	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	4	5	4	3	3	71
17	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	51
18	3	3	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3	2	72
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
21	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	85
22	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	2	4	4	3	3	66
23	3	5	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	70
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	79
26	4	2	2	2	3	2	3	4	4	3	3	2	3	2	2	2	4	3	2	4	57
27	4	3	4	3	2	3	2	3	4	4	4	3	2	4	3	2	5	4	2	3	64
28	3	3	2	2	3	3	2	2	5	4	2	3	2	3	2	4	3	2	2	2	54
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	66
30	4	2	2	3	2	3	2	3	4	4	3	2	2	3	2	2	5	3	2	4	57
31	4	3	3	3	2	4	2	3	4	4	3	3	2	4	3	2	5	3	3	5	65
32	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	67

- 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 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Pre-Test* Variabel *Brand Ambassador* Korea (X1) dan Promosi Penjualan (X2) Terhadap Minat Beli Konsumen Clio Professional

a. Hasil Uji Validitas *Pre-Test*

Hasil Uji Validitas *Pre-Test* Brand Ambassador Korea (X1)

	Correlation	Total		Correlation	Total
X1_1	Pearson Correlation	.750**	X1_11	Pearson Correlation	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	32		N	32
X1_2	Pearson Correlation	.811**	X1_12	Pearson Correlation	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	32		N	32
X1_3	Pearson Correlation	.716**	X1_13	Pearson Correlation	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	32		N	32
X1_4	Pearson Correlation	.792**	X1_14	Pearson Correlation	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	32		N	32
X1_5	Pearson Correlation	.745**	X1_15	Pearson Correlation	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	32		N	32
X1_6	Pearson Correlation	.706**	X1_16	Pearson Correlation	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	32		N	32
X1_7	Pearson Correlation	.713**	X1_17	Pearson Correlation	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	32		N	32
X1_8	Pearson Correlation	.778**	X1_18	Pearson Correlation	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	32		N	32
X1_9	Pearson Correlation	.799**	X1_19	Pearson Correlation	.646**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	32		N	32
X1_10	Pearson Correlation	.776**	X1_20	Pearson Correlation	.655**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	32		N	32

- 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, pennisan karya ilmiah, pennisan laporan, pennisan 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

Hasil Uji Validitas *Pre-Test* Promosi Penjualan (X2)

	Correlation	Total
X2_1	Pearson Correlation	.634**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	32
X2_2	Pearson Correlation	.623**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	32
X2_3	Pearson Correlation	.567**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	32
X2_4	Pearson Correlation	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	32
X2_5	Pearson Correlation	.686**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	32
X2_6	Pearson Correlation	.456**
	Sig. (2-tailed)	.009
	N	32
X2_7	Pearson Correlation	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	32
X2_8	Pearson Correlation	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	32
X2_9	Pearson Correlation	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	32
X2_10	Pearson Correlation	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	32
X2_11	Pearson Correlation	.637**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	32
X2_12	Pearson Correlation	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	32
X2_13	Pearson Correlation	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	32
X2_14	Pearson Correlation	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	32
X2_15	Pearson Correlation	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	32



Hasil Uji Validitas *Pre-Test* Minat Beli Konsumen (Y)

	Correlation	Total		Correlation	Total
Y_1	Pearson Correlation	.693**	Y_11	Pearson Correlation	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	32		N	32
Y_2	Pearson Correlation	.746**	Y_12	Pearson Correlation	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	32		N	32
Y_3	Pearson Correlation	.853**	Y_13	Pearson Correlation	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	32		N	32
Y_4	Pearson Correlation	.818**	Y_14	Pearson Correlation	.438*
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.012
	N	32		N	32
Y_5	Pearson Correlation	.719**	Y_15	Pearson Correlation	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	32		N	32
Y_6	Pearson Correlation	.737**	Y_16	Pearson Correlation	.582**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	32		N	32
Y_7	Pearson Correlation	.814**	Y_17	Pearson Correlation	.362*
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.042
	N	32		N	32
Y_8	Pearson Correlation	.900**	Y_18	Pearson Correlation	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	32		N	32
Y_9	Pearson Correlation	.426*	Y_19	Pearson Correlation	.642**
	Sig. (2-tailed)	.015		Sig. (2-tailed)	.000
	N	32		N	32
Y_10	Pearson Correlation	.561**	Y_20	Pearson Correlation	.304
	Sig. (2-tailed)	.001		Sig. (2-tailed)	.091
	N	32		N	32

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

b. Hasil Uji Reliabilitas *Pre-Test*

Hasil Uji Reliabilitas *Pre-Test Brand Ambassador Korea (X1)*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	32	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	32	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.960	20

Hasil Uji Reliabilitas *Pre-Test Promosi Penjualan (X2)*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.938	15

Hasil Uji Reliabilitas *Pre-Test Minat Beli Konsumen (Y)*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.936	19



Lampiran 6

Distribusi R Tabel Uji Validitas *Pre-Test*

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

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 7

Data Tabulasi Final Brand Ambassador Korea (X1)

No	Brand Ambassador Korea (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	
1	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	86
2	2	1	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	5	73
3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	86
4	1	1	1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	57
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	86
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
7	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	2	73
8	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	94
9	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	90
10	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78
11	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83
12	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	70
13	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	87
14	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	4	4	86
15	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	88
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	97
17	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	93
18	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	96
19	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	96
20	4	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	73
21	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	94
22	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	83
23	3	2	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	5	3	5	3	3	4	4	4	72
24	4	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2	4	3	3	4	3	4	4	2	65
25	5	5	5	4	4	2	3	2	5	2	5	5	5	5	5	4	5	5	3	2	81
26	5	1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	95
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	96
28	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	4	92
29	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	91
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99
32	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	3	3	3	89
33	5	5	4	3	3	4	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	4	5	3	5	86

- 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
 - 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
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

No	Brand Ambassador Korea (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	
34	5	5	5	5	4	4	5	3	3	3	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	88
35	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	97
36	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	96
37	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	93
38	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	98
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
40	2	1	2	3	4	4	4	2	3	2	3	3	4	2	2	4	2	3	3	3	56
41	5	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	3	5	82
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
48	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	91
49	1	1	1	1	2	1	1	3	3	2	2	1	2	1	2	2	1	3	3	1	34
50	2	1	1	2	3	1	2	2	1	1	3	1	1	1	3	1	2	3	1	1	33
51	3	1	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	1	1	3	3	1	3	3	1	52
52	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	95
53	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	56
54	4	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	1	52
55	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	1	3	2	1	57
56	5	2	2	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	79
57	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	94
58	4	2	3	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	85
59	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	67
60	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	75
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	97
62	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	5	5	90
63	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	79
64	5	5	5	5	3	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	89
65	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	94
66	5	3	5	4	3	4	4	5	4	3	4	5	3	4	4	5	5	5	3	4	82

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

No	Brand Ambassador Korea (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	
67	5	2	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	84
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	95
69	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	98
70	2	2	4	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	35
71	4	4	1	1	1	1	1	1	3	3	2	5	3	3	3	3	3	3	3	3	51
72	3	4	4	3	3	3	2	3	4	3	5	4	3	4	4	4	3	2	2	2	65
73	3	1	3	3	2	4	4	4	3	4	3	3	3	2	4	3	3	4	4	3	63
74	4	3	4	5	3	4	5	4	4	4	4	5	3	3	4	4	5	4	4	3	79
75	4	2	3	5	3	3	4	3	3	4	4	5	3	3	3	3	3	4	3	3	68
76	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	59
77	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	89
78	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	87
79	1	1	1	3	3	3	3	3	4	3	4	5	5	4	4	4	3	3	4	2	63
80	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	63



- 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
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 8

Data Tabulasi Final Promosi Penjualan (X2)

No.	Promosi Penjualan (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	
1	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	71
2	4	4	5	3	4	5	2	1	1	3	3	1	1	1	1	39
3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	3	4	3	66
5	5	4	3	4	3	5	3	2	3	4	5	2	3	2	2	50
6	4	4	4	4	2	4	4	3	2	4	3	2	2	2	2	46
7	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	5	3	3	3	3	59
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
9	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	70
10	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	52
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
12	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	52
13	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	3	3	4	4	62
14	4	5	4	4	5	5	5	3	4	5	5	4	4	5	5	67
15	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	69
16	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	72
17	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	53
18	5	4	5	4	5	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	68
19	5	4	4	4	5	5	4	3	3	5	4	5	5	4	4	64
20	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	53
21	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	69
22	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	57
23	3	3	4	4	2	4	4	3	3	4	4	2	3	2	4	49
24	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	4	1	2	2	2	45
25	5	4	1	2	2	4	3	2	4	3	1	2	3	5	3	44
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
27	5	4	3	3	4	5	3	3	3	4	5	5	5	5	5	62
28	4	3	4	2	2	5	2	4	2	5	4	5	4	5	4	55
29	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	71
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	74
31	5	5	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	70
32	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	4	5	4	4	46

- 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
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang menggunakan 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
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

No	Promosi Penjualan (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	
33	5	5	3	3	5	5	3	3	4	5	5	3	3	1	1	54
34	5	3	4	4	5	5	2	2	4	5	4	5	4	5	4	61
35	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	67
36	5	5	4	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	68
37	2	4	2	1	4	4	2	2	2	2	3	5	4	5	4	46
38	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	72
39	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	72
40	2	2	3	3	2	3	2	1	2	4	4	1	2	2	2	35
41	4	3	5	3	4	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	63
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
46	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	2	5	5	5	68
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
48	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4	64
49	1	1	1	2	1	3	2	1	1	1	3	1	1	1	1	21
50	2	2	2	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22
51	2	2	3	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22
52	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	3	1	4	64
53	5	5	5	4	3	4	4	3	3	3	3	2	2	2	4	52
54	3	1	3	3	1	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	27
55	3	3	2	3	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	25
56	5	5	3	4	4	4	5	3	4	3	4	2	4	2	3	55
57	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	2	2	3	2	57
58	5	5	4	4	4	5	5	4	2	2	5	3	3	3	3	57
59	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	4	3	3	49
60	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
62	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	4	4	69
63	5	4	4	4	5	5	3	3	3	5	4	3	3	3	3	57
64	5	3	4	3	4	5	5	5	4	5	3	3	3	5	4	61

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
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

No	Promosi Penjualan (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	
65	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	2	4	4	4	64
66	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	4	3	3	4	4	61
67	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	57
68	5	5	3	3	5	5	4	3	3	5	4	5	5	5	5	65
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
70	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	1	2	1	1	31
71	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	5	1	1	1	1	25
72	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	1	1	1	50
73	5	3	3	3	1	5	2	2	2	3	3	1	1	1	1	36
74	5	4	3	3	3	5	4	4	4	3	4	3	2	3	3	53
75	3	3	3	3	2	3	2	2	2	4	2	2	2	1	2	36
76	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	52
77	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	68
78	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	66
79	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	65
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
67	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	2	4	4	4	64
68	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	4	3	3	4	4	61
69	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	57
70	5	5	3	3	5	5	4	3	3	5	4	5	5	5	5	65
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
72	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	1	2	1	1	31
73	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	5	1	1	1	1	25
74	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	1	1	1	50
75	5	3	3	3	1	5	2	2	2	3	3	1	1	1	1	36
76	5	4	3	3	3	5	4	4	4	3	4	3	2	3	3	53
77	3	3	3	3	2	3	2	2	2	4	2	2	2	1	2	36
78	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	52
79	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	68
80	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	66

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

Lampiran 9

Data Tabulasi *Final* Minat Beli Konsumen (Y)

No	Minat Beli Konsumen (Y)																			Total
	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9	Y_10	Y_11	Y_12	Y_13	Y_14	Y_15	Y_16	Y_17	Y_18	Y_19	
1	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	3	2	3	4	4	5	4	5	75
2	4	4	4	3	1	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	1	65
3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	4	3	5	5	4	4	4	80
4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	5	4	3	69
5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	5	4	5	76
6	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	5	4	3	72
7	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	4	4	4	58
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76
9	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	90
10	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	67
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76
12	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	66
13	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	4	2	3	4	4	4	3	4	60
14	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	77
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	75
16	4	5	4	3	3	3	4	3	4	5	3	3	2	4	5	4	2	5	3	69
17	3	3	2	3	2	4	4	3	4	4	4	3	2	4	5	5	4	5	4	68
18	3	4	5	3	5	5	2	4	4	3	3	3	3	2	5	5	5	5	3	72
19	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	3	4	3	4	3	3	64
20	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	4	4	4	3	60
21	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	84
22	4	4	4	3	2	4	3	3	3	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	66
23	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4	3	3	2	4	4	5	5	5	4	71
24	2	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	66
25	3	3	2	1	1	3	3	1	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	1	44
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	95
27	4	3	2	1	2	1	3	1	3	3	2	1	1	1	2	2	4	1	4	40
28	4	4	5	1	1	4	2	2	4	4	4	1	1	2	3	3	2	4	1	52
29	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	93
30	4	5	4	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	82
31	5	4	3	4	3	4	4	5	4	5	3	2	3	4	5	4	5	4	4	75
32	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	3	4	4	3	3	3	48
33	5	3	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	2	5	1	4	3	5	5	80

- 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
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang menggunakan 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
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

No	Minat Beli Konsumen (Y)																			Total
	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9	Y_10	Y_11	Y_12	Y_13	Y_14	Y_15	Y_16	Y_17	Y_18	Y_19	
34	3	3	1	2	2	2	1	1	3	3	1	1	1	2	4	3	4	4	2	43
35	5	5	5	4	3	4	4	3	5	5	3	4	3	3	5	3	5	5	3	77
36	4	3	2	2	2	3	3	3	3	3	4	4	2	2	5	3	5	2	2	57
37	3	3	1	2	1	3	3	3	2	1	3	3	2	1	3	4	5	3	3	49
38	3	4	4	4	5	3	4	3	5	5	4	3	3	2	3	3	2	3	3	66
39	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	2	3	4	3	3	79
40	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	5	4	3	75
41	3	3	3	3	2	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	5	4	4	5	67
42	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	90
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	95
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	95
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	95
46	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	63
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	95
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	60
49	4	2	4	5	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5	3	3	75
50	4	4	3	4	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	2	1	5	4	3	65
51	4	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	5	3	3	57
52	4	4	4	2	1	3	2	1	4	4	4	4	5	4	5	3	5	5	1	66
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57
54	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	2	2	1	2	5	5	5	61
55	5	1	4	4	3	4	5	3	3	4	4	4	5	4	2	3	5	4	4	71
56	5	4	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	79
57	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	62
58	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	5	4	4	5	85
59	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	61
60	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	73
61	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	73
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	95
63	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	68
64	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	1	2	2	4	4	4	2	49
65	4	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89
66	4	4	2	5	3	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3	4	5	5	5	71

**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
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

No	Minat Beli Konsumen (Y)																			Total
	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9	Y_10	Y_11	Y_12	Y_13	Y_14	Y_15	Y_16	Y_17	Y_18	Y_19	
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	77
68	5	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	5	5	5	5	72
69	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	5	5	5	5	72
70	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	5	4	3	45
71	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55
72	1	1	1	2	1	2	2	2	3	3	3	3	1	3	3	3	4	2	2	42
73	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	3	1	5	3	5	79
74	4	2	2	4	1	3	4	3	4	4	3	3	2	2	2	2	3	4	2	54
75	4	3	5	3	3	3	2	4	4	4	5	3	3	4	2	4	5	2	3	66
76	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	59
77	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	82
78	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	80
79	4	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	89
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76



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 10

Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis

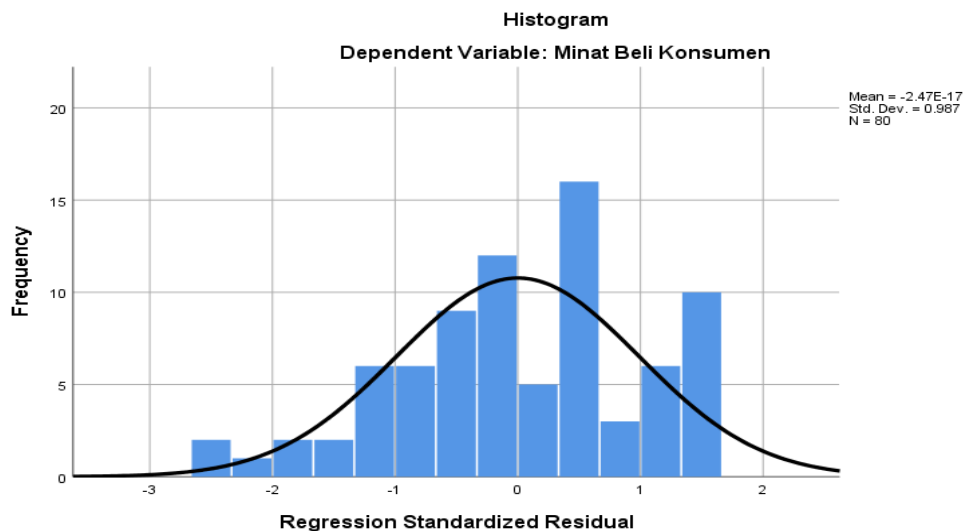
1. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	11.86774651
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.053
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

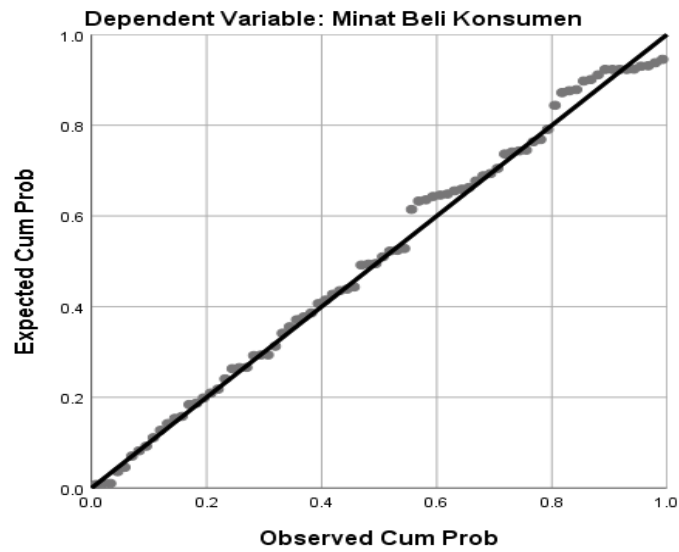
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.



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

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



b) Uji Multikolinieritas

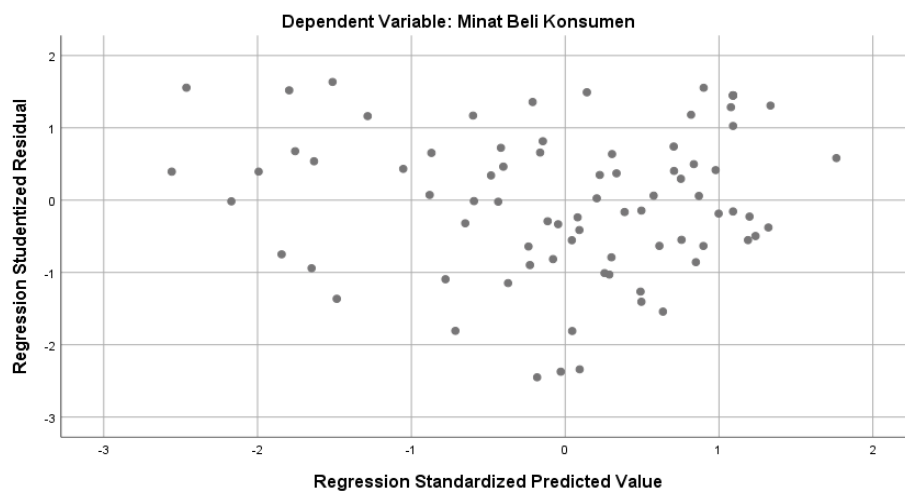
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	52.825	6.692		7.894	.000		
	Brand Ambassador Korea	-.338	.163	-.417	-2.080	.041	.240	4.160
	Promosi Penjualan	.785	.191	.826	4.117	.000	.240	4.160

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

c) Uji Heterokedastisitas

Scatterplot



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. 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)	52.825	6.692		7.894	.000		
	Brand Ambassador Korea	-.338	.163	-.417	-2.080	.041	.240	4.160
	Promosi Penjualan	.785	.191	.826	4.117	.000	.240	4.160

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

b) Uji Signifikansi Parsial T (Uji T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	52.825	6.692		7.894	.000		
	Brand Ambassador Korea	-.338	.163	-.417	-2.080	.041	.240	4.160
	Promosi Penjualan	.785	.191	.826	4.117	.000	.240	4.160

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

c) Uji Signifikansi Simultan F (Uji Statistik F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3815.321	2	1907.660	13.202	.000 ^b
	Residual	11126.629	77	144.502		
	Total	14941.950	79			

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

b. Predictors: (Constant), Promosi Penjualan, Brand Ambassador Korea

d) Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.505 ^a	.255	.236	12.021

a. Predictors: (Constant), Promosi Penjualan, Brand Ambassador Korea

b. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

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

e) Uji Korelasi Secara Parsial

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Brand Ambassador Korea	81.81	16.959	80
Promosi Penjualan	57.50	14.468	80
Minat Beli Konsumen	70.28	13.753	80

Correlations

		BrandAmbassador Korea	Promosi Penjualan	Minat Beli Konsumen
Brand Ambassador Korea	Correlation	1.000	.872	.302
	Significance (2-tailed)	.	.000	.006
	N	80	80	80
Promosi Penjualan	Correlation	.872	1.000	.462
	Significance (2-tailed)	.000	.	.000
	N	80	80	80
Minat Beli Konsumen	Correlation	.302	.462	1.000
	Significance (2-tailed)	.006	.000	.
	N	80	80	80

a. Cells contain zero-order (Pearson) correlations.



Lampiran 11

Distribusi Nilai T Tabel

d.f	t _{0.10}	t _{0.05}	t _{0.025}	t _{0.01}	t _{0.005}
1	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750
31	1.309	1.696	2.040	2.453	2.744
32	1.309	1.694	2.037	2.449	2.738
33	1.308	1.692	2.035	2.445	2.733
34	1.307	1.691	2.032	2.441	2.728
35	1.306	1.690	2.030	2.438	2.724
36	1.306	1.688	2.028	2.434	2.719
37	1.305	1.687	2.026	2.431	2.715
38	1.304	1.686	2.024	2.429	2.712
39	1.304	1.685	2.023	2.426	2.708
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704
41	1.303	1.683	2.020	2.421	2.701
42	1.302	1.682	2.018	2.418	2.698
43	1.302	1.681	2.017	2.416	2.695
44	1.301	1.680	2.015	2.414	2.692
45	1.301	1.679	2.014	2.412	2.690
46	1.300	1.679	2.013	2.410	2.687
47	1.300	1.678	2.012	2.408	2.685
48	1.299	1.677	2.011	2.407	2.682
49	1.299	1.677	2.010	2.405	2.680
50	1.299	1.676	2.009	2.403	2.678
51	1.298	1.675	2.008	2.402	2.676
52	1.298	1.675	2.007	2.400	2.674
53	1.298	1.674	2.006	2.399	2.672
54	1.297	1.674	2.005	2.397	2.670
55	1.297	1.673	2.004	2.396	2.668
56	1.297	1.673	2.003	2.395	2.667
57	1.297	1.672	2.002	2.394	2.665
58	1.296	1.672	2.002	2.392	2.663
59	1.296	1.671	2.001	2.391	2.662
60	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660

d.f	t _{0.10}	t _{0.05}	t _{0.025}	t _{0.01}	t _{0.005}
61	1.296	1.671	2.000	2.390	2.659
62	1.296	1.671	1.999	2.389	2.659
63	1.296	1.670	1.999	2.389	2.658
64	1.296	1.670	1.999	2.388	2.657
65	1.296	1.670	1.998	2.388	2.657
66	1.295	1.670	1.998	2.387	2.656
67	1.295	1.670	1.998	2.387	2.655
68	1.295	1.670	1.997	2.386	2.655
69	1.295	1.669	1.997	2.386	2.654
70	1.295	1.669	1.997	2.385	2.653
71	1.295	1.669	1.996	2.385	2.653
72	1.295	1.669	1.996	2.384	2.652
73	1.295	1.669	1.996	2.384	2.651
74	1.295	1.668	1.995	2.383	2.651
75	1.295	1.668	1.995	2.383	2.650
76	1.294	1.668	1.995	2.382	2.649
77	1.294	1.668	1.994	2.382	2.649
78	1.294	1.668	1.994	2.381	2.648
79	1.294	1.668	1.994	2.381	2.647
80	1.294	1.667	1.993	2.380	2.647
81	1.294	1.667	1.993	2.380	2.646
82	1.294	1.667	1.993	2.379	2.645
83	1.294	1.667	1.992	2.379	2.645
84	1.294	1.667	1.992	2.378	2.644
85	1.294	1.666	1.992	2.378	2.643
86	1.293	1.666	1.991	2.377	2.643
87	1.293	1.666	1.991	2.377	2.642
88	1.293	1.666	1.991	2.376	2.641
89	1.293	1.666	1.990	2.376	2.641
90	1.293	1.666	1.990	2.375	2.640
91	1.293	1.665	1.990	2.374	2.639
92	1.293	1.665	1.989	2.374	2.639
93	1.293	1.665	1.989	2.373	2.638
94	1.293	1.665	1.989	2.373	2.637
95	1.293	1.665	1.988	2.372	2.637
96	1.292	1.664	1.988	2.372	2.636
97	1.292	1.664	1.988	2.371	2.635
98	1.292	1.664	1.987	2.371	2.635
99	1.292	1.664	1.987	2.370	2.634
100	1.292	1.664	1.987	2.370	2.633
101	1.292	1.663	1.986	2.369	2.633
102	1.292	1.663	1.986	2.369	2.632
103	1.292	1.663	1.986	2.368	2.631
104	1.292	1.663	1.985	2.368	2.631
105	1.292	1.663	1.985	2.367	2.630
106	1.291	1.663	1.985	2.367	2.629
107	1.291	1.662	1.984	2.366	2.629
108	1.291	1.662	1.984	2.366	2.628
109	1.291	1.662	1.984	2.365	2.627
110	1.291	1.662	1.983	2.365	2.627
111	1.291	1.662	1.983	2.364	2.626
112	1.291	1.661	1.983	2.364	2.625
113	1.291	1.661	1.982	2.363	2.625
114	1.291	1.661	1.982	2.363	2.624
115	1.291	1.661	1.982	2.362	2.623
116	1.290	1.661	1.981	2.362	2.623
117	1.290	1.661	1.981	2.361	2.622
118	1.290	1.660	1.981	2.361	2.621
119	1.290	1.660	1.980	2.360	2.621
120	1.290	1.660	1.980	2.360	2.620

- 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 12

Distribusi Nilai F Tabel

df untuk penyebut (N2)	Probabilitas 0,05									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	0.006	0.005	0.005	0.004	0.004	0.004	0.004	0.004	0.004	0.004
2	0.054	0.053	0.052	0.052	0.052	0.052	0.052	0.052	0.052	0.052
3	0.099	0.105	0.108	0.110	0.111	0.112	0.113	0.113	0.113	0.114
4	0.130	0.144	0.152	0.157	0.160	0.162	0.164	0.166	0.167	0.168
5	0.151	0.173	0.185	0.193	0.198	0.202	0.205	0.208	0.210	0.211
6	0.167	0.194	0.210	0.221	0.228	0.233	0.238	0.241	0.244	0.246
7	0.179	0.211	0.230	0.243	0.252	0.259	0.264	0.268	0.272	0.275
8	0.188	0.224	0.246	0.261	0.271	0.279	0.286	0.291	0.295	0.299
9	0.195	0.235	0.259	0.275	0.287	0.296	0.304	0.310	0.315	0.319
10	0.201	0.244	0.270	0.288	0.301	0.311	0.319	0.326	0.331	0.336
11	0.206	0.251	0.279	0.298	0.312	0.323	0.332	0.339	0.345	0.350
12	0.211	0.257	0.287	0.307	0.322	0.334	0.343	0.351	0.358	0.363
13	0.214	0.263	0.293	0.315	0.331	0.343	0.353	0.361	0.368	0.374
14	0.217	0.267	0.299	0.321	0.338	0.351	0.362	0.371	0.378	0.384
15	0.220	0.272	0.304	0.327	0.345	0.358	0.369	0.379	0.386	0.393
16	0.223	0.275	0.309	0.333	0.351	0.365	0.376	0.386	0.394	0.401
17	0.225	0.278	0.313	0.337	0.356	0.371	0.383	0.392	0.401	0.408
18	0.227	0.281	0.316	0.342	0.361	0.376	0.388	0.398	0.407	0.415
19	0.228	0.284	0.320	0.345	0.365	0.380	0.393	0.404	0.413	0.421
20	0.230	0.286	0.323	0.349	0.369	0.385	0.398	0.409	0.418	0.426
21	0.231	0.288	0.325	0.352	0.372	0.389	0.402	0.413	0.423	0.431
22	0.233	0.290	0.328	0.355	0.376	0.392	0.406	0.417	0.427	0.435
23	0.234	0.292	0.330	0.358	0.379	0.396	0.409	0.421	0.431	0.440
24	0.235	0.294	0.332	0.360	0.382	0.399	0.413	0.425	0.435	0.444
25	0.236	0.295	0.334	0.362	0.384	0.402	0.416	0.428	0.438	0.447
26	0.237	0.297	0.336	0.365	0.387	0.404	0.419	0.431	0.441	0.451
27	0.238	0.298	0.338	0.367	0.389	0.407	0.421	0.434	0.444	0.454
28	0.238	0.299	0.339	0.368	0.391	0.409	0.424	0.436	0.447	0.457
29	0.239	0.301	0.341	0.370	0.393	0.411	0.426	0.439	0.450	0.459
30	0.240	0.302	0.342	0.372	0.395	0.413	0.428	0.441	0.452	0.462
31	0.240	0.303	0.343	0.373	0.396	0.415	0.430	0.443	0.455	0.464
32	0.241	0.304	0.345	0.375	0.398	0.417	0.432	0.446	0.457	0.467
33	0.242	0.304	0.346	0.376	0.400	0.419	0.434	0.448	0.459	0.469
34	0.242	0.305	0.347	0.377	0.401	0.420	0.436	0.449	0.461	0.471
35	0.243	0.306	0.348	0.379	0.402	0.422	0.438	0.451	0.463	0.473
36	0.243	0.307	0.349	0.380	0.404	0.423	0.439	0.453	0.465	0.475
37	0.244	0.308	0.350	0.381	0.405	0.424	0.441	0.454	0.466	0.477
38	0.244	0.308	0.351	0.382	0.406	0.426	0.442	0.456	0.468	0.478
39	0.244	0.309	0.351	0.383	0.407	0.427	0.443	0.457	0.469	0.480
40	0.245	0.309	0.352	0.384	0.408	0.428	0.445	0.459	0.471	0.481
41	0.245	0.310	0.353	0.385	0.409	0.429	0.446	0.460	0.472	0.483
42	0.246	0.311	0.354	0.385	0.410	0.430	0.447	0.461	0.474	0.484
43	0.246	0.311	0.354	0.386	0.411	0.431	0.448	0.462	0.475	0.486
44	0.246	0.312	0.355	0.387	0.412	0.432	0.449	0.464	0.476	0.487
45	0.247	0.312	0.356	0.388	0.413	0.433	0.450	0.465	0.477	0.488
46	0.247	0.313	0.356	0.388	0.414	0.434	0.451	0.466	0.478	0.489

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

47	0.247	0.313	0.357	0.389	0.414	0.435	0.452	0.467	0.479	0.490
48	0.247	0.313	0.357	0.390	0.415	0.436	0.453	0.468	0.480	0.491
49	0.248	0.314	0.358	0.390	0.416	0.437	0.454	0.469	0.481	0.493
50	0.248	0.314	0.358	0.391	0.417	0.437	0.455	0.470	0.482	0.494
51	0.248	0.315	0.359	0.392	0.417	0.438	0.456	0.470	0.483	0.495
52	0.248	0.315	0.359	0.392	0.418	0.439	0.456	0.471	0.484	0.495
53	0.249	0.315	0.360	0.393	0.419	0.439	0.457	0.472	0.485	0.496
54	0.249	0.316	0.360	0.393	0.419	0.440	0.458	0.473	0.486	0.497
55	0.249	0.316	0.361	0.394	0.420	0.441	0.458	0.474	0.487	0.498
56	0.249	0.316	0.361	0.394	0.420	0.441	0.459	0.474	0.487	0.499
57	0.249	0.317	0.361	0.395	0.421	0.442	0.460	0.475	0.488	0.500
58	0.250	0.317	0.362	0.395	0.421	0.443	0.460	0.476	0.489	0.500
59	0.250	0.317	0.362	0.396	0.422	0.443	0.461	0.476	0.490	0.501
60	0.250	0.317	0.363	0.396	0.422	0.444	0.462	0.477	0.490	0.502
61	0.250	0.318	0.363	0.396	0.423	0.444	0.462	0.477	0.491	0.503
62	0.250	0.318	0.363	0.397	0.423	0.445	0.463	0.478	0.491	0.503
63	0.250	0.318	0.364	0.397	0.424	0.445	0.463	0.479	0.492	0.504
64	0.251	0.318	0.364	0.398	0.424	0.446	0.464	0.479	0.493	0.504
65	0.251	0.319	0.364	0.398	0.424	0.446	0.464	0.480	0.493	0.505
66	0.251	0.319	0.364	0.398	0.425	0.447	0.465	0.480	0.494	0.506
67	0.251	0.319	0.365	0.399	0.425	0.447	0.465	0.481	0.494	0.506
68	0.251	0.319	0.365	0.399	0.426	0.447	0.466	0.481	0.495	0.507
69	0.251	0.320	0.365	0.399	0.426	0.448	0.466	0.482	0.495	0.507
70	0.251	0.320	0.366	0.400	0.426	0.448	0.467	0.482	0.496	0.508
71	0.252	0.320	0.366	0.400	0.427	0.449	0.467	0.483	0.496	0.508
72	0.252	0.320	0.366	0.400	0.427	0.449	0.467	0.483	0.497	0.509
73	0.252	0.320	0.366	0.400	0.427	0.449	0.468	0.484	0.497	0.509
74	0.252	0.320	0.367	0.401	0.428	0.450	0.468	0.484	0.498	0.510
75	0.252	0.321	0.367	0.401	0.428	0.450	0.469	0.484	0.498	0.510
76	0.252	0.321	0.367	0.401	0.428	0.450	0.469	0.485	0.499	0.511
77	0.252	0.321	0.367	0.402	0.429	0.451	0.469	0.485	0.499	0.511
78	0.252	0.321	0.367	0.402	0.429	0.451	0.470	0.486	0.499	0.512
79	0.252	0.321	0.368	0.402	0.429	0.451	0.470	0.486	0.500	0.512
80	0.253	0.321	0.368	0.402	0.429	0.452	0.470	0.486	0.500	0.512

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

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



ALIFIA AZZAHRA

Business Administration

EDUCATION

JAKARTA STATE POLYTECHNIC
Business Administration
2017 - Now

JAKARTA 8 VOCATIONAL SECONDARY SCHOOL
Marketing
2014 - 2017

YASPORBI 2
Junior Secondary School
2011 - 2014

CONTACT
(+62) 85156209395
Jl. Kebagusan Dalam No. 27
alfiazra32@gmail.com

OBJECTIVE
I have big motivation to gain and learn new knowledge. Actively involved in organization. I want to succeed in a stimulating and challenging environment, building the success of the company while I experience advancement opportunities.

PERSONALITY
Good attitude, communicative, active, likes challenges, love to write, creative and target oriented.

COMMITTEE EXPERIENCE

- Event Division Staff of ABT's 2018 Meet and Greet
- Workshop Staff of Business Administration Festival 2018
- VICE Project Officer of ABT's 2018 Seminar
- Sponsorship Coordinator of Business Festival 2019 (BFest)

INTERNSHIP EXPERIENCE

SATU NUSANTARA NEWS
Staff Administration
November 2020 - January 2021

PIZZA HUT DELIVERY
Order Taker
February 2016 - April 2016

LANGUAGE

English

Korean

Japanese

SKILLS

Design

Content

Typing

Administration

Communication

INTERESTS

-Novel Writing -Event Organizer

-Design -Music Festivals

-Fashion

PERSONAL INFORMATION

Gender	: Female		
DOB	: April, 6 1999		
Nationality	: Indonesia		
Religion	: Islam		
Status	: Single		

 @xfiazra_

 linkedin.com/in/alifia-azzahra-1a37551b2/