

**PENGARUH AIDA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA  
IKLAN INSTAGRAM  
(STUDI KASUS PRODUK SUVENIR PT HOLOGRAIL MAJU  
BERSAMA)**



**WISNU ARRASYID  
NIM : 4517030064**

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

## ABSTRAK

WISNU ARRASYID. Pengaruh AIDA terhadap Minat Beli Konsumen pada Iklan Instagram”. (Studi Kasus Produk Souvenir PT Holograil Maju Bersama). Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta 2021.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh secara parsial dan simultan antara AIDA terhadap Minat Beli Konsumen pada Iklan Instagram. Selain itu, penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi pimpinan PT Holograil Maju Bersama dalam memperhatikan AIDA. Dengan demikian, minat beli konsumen yang ada di PT Holograil Maju Bersama dapat ditingkatkan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini termasuk penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Pengujian instrument menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan, metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi  $R^2$ , uji T, dan uji F. Penelitian ini memakai dengan menggunakan teknik pengambilan sample jenuh. Jumlah populasi sebanyak seratus orang. Jumlah sample yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak seratus responden. Data yang didapat diolah menggunakan software SPSS versi 26 for Windows. Berdasarkan hasil korelasi secara parsial variabel *attention* (X1) memberikan pengaruh terhadap minat beli konsumen (Y) sebesar 10,5%, variabel *interest* (X2) memberikan pengaruh terhadap minat beli konsumen (Y) sebesar 30,8%, variabel *desire* (X3) memberikan pengaruh terhadap minat beli konsumen (Y) sebesar 19,7%, variabel *action* (X4) memberikan pengaruh terhadap minat beli konsumen (Y) sebesar 37,5%. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ), diperoleh sebesar 48,3% minat beli konsumen dipengaruhi oleh *attention*, *interest*, *desire*, dan *action*, sedangkan sisanya 51,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dibahas pada penelitian ini. Pada hasil uji hipotesis, menggunakan analisis uji signifikansi parsial t diketahui bahwa *attention* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen dibuktikan dengan nilai *thitung* > *ttabel* ( $0,649 < 1,984$ ) dan nilai signifikansi < nilai probabilitas ( $0,518 < 0,05$ ), *interest* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dibuktikan dengan nilai *thitung* < *ttabel* ( $2,805 > 1,984$ ) dan nilai signifikansi > nilai probabilitas ( $0,006 < 0,05$ ), *desire* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dibuktikan dengan nilai *thitung* < *ttabel* ( $2,518 > 1,984$ ) dan nilai signifikansi > nilai probabilitas ( $0,013 < 0,05$ ), *action* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dibuktikan dengan nilai *thitung* < *ttabel* ( $4,062 > 1,984$ ) dan nilai signifikansi > nilai probabilitas ( $0,000 < 0,05$ ). Pada hasil uji hipotesis, menggunakan analisis uji signifikansi simultan F diketahui bahwa *attention*, *interest*, *desire*, *action* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap semangat kerja dibuktikan dengan nilai *Fhitung* > *Ftabel* ( $22,153 > 2,47$ ) dan nilai signifikansi < nilai probabilitas ( $0,000 < 0,05$ ).

Kata Kunci: *Action*, *Interest*, *Desire*, *Action*, 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

WISNU ARRASYID. *The Effect of AIDA on Consumer Buying Interest in Instagram Ads" (Suvenir Product Case Study PT Holograil Goes Forward Together). Department of Commercial Administration, Jakarta State Polytechnic 2021.*

*The study aims to find out and analyze whether there is a partial and simultaneous influence between AIDA on Consumer Buying Interests in Instagram Ads. In addition, this research is expected to be a consideration for the leadership of PT Holograil Maju Bersama in paying attention to AIDA. Thus, the buying interest of existing consumers in PT Holograil Maju Bersama can be increased. The research methods used in this study include causal associative research with quantitative approaches. Instrument testing uses validity tests and reliability tests. While the data analysis method uses multiple linear regression analysis,  $R^2$  determination coefficient test, T test, and F test. With a population of 100 people. The number of samples used in this study was 100 respondents. The data obtained is processed using SPSS software version 26 for windows. Based on the results of partial correlation the attention variable (X1) affects consumer buying interest (Y) by 10.5%, variable interest (X2) affects consumer buying interest (Y) by 30.8%, desire variable (X3) affects consumer buying interest (Y) by 19.7%, action variable (X4) affects consumer buying interest (Y) by 37.5%. Based on the results of the analysis of the coefficient of determination (R2) obtained by 48.3% of consumer buying interest is influenced by attention, interest, desire, and action while the remaining 51.7% is influenced by other variables not discussed in this study. In the results of the hypothesis test using a partial significance test analysis, it is known that attention does not significantly affect consumer buying interests as evidenced by the value of  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $0.649 < 1.984$ ) and the value of significance  $<$  the value of probability ( $0.518 < 0.05$ ), interest has a significant effect on consumer buying interest evidenced by the value of  $t$  calculated  $<$   $t$  table ( $2.805 > 1.984$ ) and the value of significance  $>$  probability value ( $0.006 < 2.805 > 1.984$ ) and the value of significance  $>$  probability value ( $0.006 < 0.05$ ), desire has a significant effect on consumer buying interest as evidenced by the value of  $t_{hitung} <$   $t_{tabel}$  ( $2,518 > 1,984$ ) and the value of significance  $>$  the value of probability ( $0.013 < 0.05$ ), the action has a significant effect on consumer buying interest as evidenced by the value of  $t$  calculated  $<$   $t$  table ( $4.062 > 1.984$ ) and the value of significance  $>$  the value of probability ( $0.000 < 0.05$ ). In the results of the hypothesis test using simultaneous significance test analysis F it is known that attention, interest, desire, action simultaneously have a significant effect on the spirit of work evidenced by the value  $F$  calculated  $>$   $F$  table ( $22.153 > 2.47$ ) and the value of significance  $<$  the value of probability ( $0.000 < 0.05$ ).*

**Keywords:** Action, Interest, Desire, Action, Consumer Buying Interest



Hak Cipta :

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

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA  
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Wisnu Arrasyid  
NIM : 4517030064  
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan  
Judul Laporan Tugas Akhir : Pengaruh AIDA terhadap Minat Beli Konsumen pada Iklan Instagram (Studi Kasus Produk Souvenir PT Holograil Maju Bersama)

Pembimbing II

Depok, 13 September 2021  
Pembimbing I

Eryln Rosalina, S.Hum., M.Pd  
NIP 198711122019032011

Fauzi Mubarak, S.ST., M.T  
NIP 198804182019031008

Mengetahui Ketua Jurusan  
Administrasi Niaga



M.Si





**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 : Wisnu Arrasyid  
NIM : 4517030064  
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan  
Judul Laporan Tugas Akhir : Pengaruh AIDA terhadap Minat Beli Konsumen pada Iklan Instagram (Studi Kasus Produk Suvenir PT Holograil Maju Bersama)

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

Hari : Senin  
Tanggal : 13 September 2021  
Waktu : 12.00 WIB

**TIM PENGUJI**

Ketua Sidang : Fauzi Mubarak, S.T., M.T  
NIP 198804182019031008  
Penguji 1 : Titik Purwinarti, S.Sos., M.Pd  
NIP 196209121988032003  
Penguji 2 : Dr. Nidia Sofa, S.Pd.I., M.Pd  
NIP 198310222015042001



**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

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Terapan Administrasi Bisnis, baik di Politeknik Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum 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, 13 September 2021

Yang Membuat Pernyataan,

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**





## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh AIDA terhadap Minat Beli Konsumen pada Iklan Instagram (Studi Kasus Produk Suvenir PT Holograil Maju Bersama)” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr) pada Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa proses penelitian ini tidak terlepas dari partisipasi, dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Eng. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.
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.
5. Fauzi Mubarak, S.T., M.T selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan masukan, saran, dan arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Administrasi Niaga yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama menempuh pendidikan di bangku kuliah.
7. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun material serta selalu mendoakan penulis sehingga diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan tugas akhir 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





**Hak Cipta :**

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

8. Teman-teman dan senior Administrasi Bisnis Terapan yang telah memberikan dukungan dan masukan kepada penulis selama penyusunan tugas akhir.
9. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membantu kelancaran penelitian dan penyusunan tugas akhir.
10. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis yang turut membantu dalam penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran yang membangun agar menjadi bahan evaluasi bagi penulis. Akhir kata, penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, pembaca maupun pihak lain yang berkepentingan.

Depok, 13 September 2021

Penulis,

**Wisnu Arrasyid**

Wisnu Arrasyid

NIM 4517030064





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 ISI

ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian .....	7
1.6 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>19</b>
2.1 AIDA .....	19
2.1.1 <i>Attention</i> .....	19
2.1.2 <i>Interest</i> .....	20
2.1.3 <i>Desire</i> .....	20
2.1.4 <i>Action</i> .....	21
2.2 Minat Beli Konsumen .....	21
2.2.1 Pengertian Minat Beli Konsumen .....	21
2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen .....	22
2.2.3 Indikator Minat Beli Konsumen .....	23
2.3 Pemasaran .....	23



**Hak Cipta :**

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

2.3.1 Pengertian Pemasaran .....	23
2.3.2 Bauran Pemasaran.....	24
2.3.3 Digital Marketing.....	25
a. Pengertian <i>Digital Marketing</i> .....	25
2.4 Promosi .....	26
a. Pengertian Promosi .....	26
b. Tujuan Promosi .....	27
c. Bauran Promosi.....	27
2.6 Media Sosial.....	28
2.6.1 Pengertian Media Sosial.....	28
2.6.2 Manfaat Media Sosial dalam Pemasaran .....	28
2.6.3 Instagram.....	29
2.6.4 Pengertian Instagram.....	29
2.2 Kerangka Penelitian/ Jurnal yang Relevan .....	29
2.3 Kerangka Konseptual.....	38
2.4 Hipotesis .....	39
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	41
3.2 Metode Penelitian .....	42
3.2.1 Populasi dan Sampel.....	42
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.2.3 Teknik Pengolahan Data.....	45
3.2.4 Teknik Uji Instrumen.....	46
3.2.5 Teknik Analisis Data.....	48
<b>BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
4.1 Hasil Rekapitulasi Data.....	54
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian .....	54
4.1.2 Uji Instrumen .....	55
4.2 Hasil Analisis Data .....	59
4.2.1 Karakteristik Responden .....	59
4.2.2 Analisis Tanggapan Responden .....	60
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	70
4.2.4 Uji Hipotesis .....	75
4.3 Pembahasan.....	81



**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

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>85</b>
5.1 Kesimpulan .....	85
5.2 Saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>90</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>127</b>







**Hak Cipta :**

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

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	38
Gambar 3. 1 Followers dan Instagram @holograil .....	43
Gambar 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Gambar 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	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 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 TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian/Jurnal Relevan.....	30
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian.....	41
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	45
Tabel 3. 3 Pedoman untuk memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	51
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabel.....	58
Tabel 4. 3 Rekapitulasi jawaban responden variabel <i>attention</i> .....	61
Tabel 4. 4 Rekapitulasi jawaban responden variabel <i>interest</i> .....	63
Tabel 4. 5 Rekapitulasi jawaban responden variabel <i>desire</i> .....	65
Tabel 4. 6 Rekapitulasi jawaban responden variabel <i>action</i> .....	67
Tabel 4. 7 Rekapitulasi jawaban responden variabel minat beli konsumen.....	69
Tabel 4. 8 Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	71
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	73
Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	75
Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	77
Tabel 4. 12 Hasil Uji Korelasi Secara Parsial.....	78
Tabel 4. 13 Hasil Uji Signifikasi Parsial T.....	79
Tabel 4. 14 Hasil Uji Signifikansi Simultan F.....	81



**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 GRAFIK**

Grafik 4. 1 Grafik Histogram.....	72
Grafik 4. 2 P-Plot of Regression Standardized Residual.....	72
Grafik 4. 3 Grafik Scatterplot.....	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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 2 Data Tabulasi <i>Pre-Test Attention</i> (X1) .....	95
Lampiran 3 Data Tabulasi <i>Pre-Test Interest</i> (X2).....	96
Lampiran 4 Data Tabulasi <i>Pre-Test Desire</i> (X3).....	97
Lampiran 5 Data Tabulasi <i>Pre-Test Action</i> (X4).....	98
Lampiran 6 Data Tabulasi Pre-Test Minat Beli Konsumen (Y).....	99
Lampiran 7 Data Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pre-Test Variabel Attention (X1) , Interest (X2), Desire (X3), dan Action (X4) Terhadap Minat Beli Konsumen pada Iklan Instagram .....	100
Lampiran 8 Tabel R Uji Validitas Pre-Test.....	105
Lampiran 9 Data Tabulasi <i>Final Attention</i> (X1).....	106
Lampiran 10 Data Tabulasi <i>Final Interest</i> (X2).....	109
Lampiran 11 Data Tabulasi <i>Final Desire</i> (X3) .....	112
Lampiran 12 Data Tabulasi <i>Final Action</i> (X4) .....	115
Lampiran 13 Data Tabulasi <i>Final</i> Minat Beli Konsumen (Y) .....	118
Lampiran 14 Output SPSS Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis .....	121
Lampiran 15 TABEL T .....	125
Lampiran 16 TABEL F.....	126



Hak Cipta :

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

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era modern sekarang ini, teknologi komunikasi memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap perkembangan media. Dengan itu, kita merasa sangat nyaman dalam memenuhi kebutuhan yang kita inginkan. Misalnya melalui penggunaan media internet. Melalui internet, kita dapat memenuhi kebutuhan kita akan pengetahuan, berita, interaksi sosial, pekerjaan, belanja, promosi, dan banyak aspek lainnya melalui iklan produk. Komunikasi sangat penting bagi perusahaan atau penjual untuk melakukan pemasaran dan promosi. Sehingga, produk yang dihasilkan perusahaan dapat menjangkau konsumen secara langsung. Promosi sangat berpengaruh dan memajukan perusahaan.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan yang memasarkan produk dan jasa. Kegiatan promosi tidak hanya sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, tetapi juga merupakan alat yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian atau menggunakan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Menurut Kotler, Philip, dan Armstrong (2014), kegiatan promosi adalah kegiatan yang meyakinkan pelanggan untuk membeli dengan menunjukkan produk atau jasa.

Periklanan merupakan salah satu bentuk komunikasi tidak langsung yang didasarkan pada informasi tentang keunggulan atau manfaat produk, dan penataannya dapat menciptakan perasaan yang menarik, sehingga mengubah niat beli masyarakat. Menurut Kotler dan Keller (2012:500) dalam Christiany Juditha (2017), tujuan iklan yaitu menciptakan kesadaran merek dan mengetahui tentang produk atau fitur baru produk yang ada (informatif), menciptakan kesukaan, preferensi, keyakinan, dan pembelian produk atau jasa (persuasif), menstimulasikan pembelian berulang produk dan jasa (pengingat), meyakinkan pembeli saat ini bahwa mereka melakukan pilihan tepat (penguat).

Dalam sebuah bisnis, promosi adalah hal yang penting untuk dilakukan. Tanpa adanya promosi, produk tidak akan dikenal dan diterima dengan baik oleh





## © 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 kritis 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

masyarakat. Jika tidak adanya minat beli atas produk, maka bisnis tidak akan berlangsung lama. Setiap bisnis memerlukan pemasaran yang tepat, agar produk yang dihasilkan dapat diterima dan dibeli oleh masyarakat. Sebuah promosi bisnis sebaiknya menggunakan berbagai media atau bisa dikatakan dengan mengkombinasi dari beberapa media sehingga dapat mencapai target serta sasaran konsumen secara tepat, berikut akan dijelaskan macam-macam media promosi *offline*. Yang pertama media promosi ruang terbuka terdiri dari dua macam yaitu ukuran kecil dan ukuran besar. Untuk promosi ukuran kecil bisa menggunakan brosur atau pamflet dengan dicetak, brosur tersebut juga di bagi lagi menjadi beberapa jenis seperti *booklet*, katalog, *leaflet*, *flyer*, serta kartu nama. Sedangkan, promosi ukuran besar di antaranya *billboard*, baliho, dan *banner*. Selanjutnya produk alternatif di mana promosi ini digunakan pembisnis yang sudah memiliki logo atau ciri khas lainnya bisa menggunakan produk berupa kaos, tas, topi, payung, pulpen, dan gelas sebagai media promosi. Selanjutnya, balon promosi untuk menarik minat dan perhatian para calon konsumen, banyak perusahaan yang menggunakan balon promosi berukuran raksasa yang dipasang pada gedung atau tempat sebagai media promosi. Selanjutnya, ada spanduk dan yang terakhir *running text*. (laman <https://ledrunningtext.com/>)

Seiring berkembangnya zaman, media promosi beralih ke media *online* di antaranya adalah email marketing pelaku usaha dapat melakukan pemasaran dengan cara mengirimkan pesan email kepada email konsumen. Selanjutnya, *market place* di mana ini akan membantu para pebisnis *online* untuk mempunyai halaman toko *online* mereka sendiri dan *upload* produk mereka serta promosi produk mereka. Selanjutnya, ada blog di mana berfungsi untuk dapat mendukung promosi bisnis *online*, mulai dari memuat artikel tentang bisnis dan produk toko *online* memuat berita terbaru hingga menunjukkan prestasi yang pernah diraih.

Lalu, muncul media sosial di antaranya adalah Facebook menjadi pilihan utama untuk promosi selain terkenal sebagai media sosial Facebook dinilai sangatlah mudah untuk berbisnis. Selanjutnya, Instagram merupakan media sosial khusus fotografi maka dari itu Instagram semakin mudah dapat berkembang bahkan banyak dari mereka yang memulai bisnis *online* dari Instagram, selain mudah untuk





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

digunakan Instagram juga mendekatkan perusahaan dengan target pasarnya. Selanjutnya Twitter yang awalnya hanya berfungsi sebagai media berbagi status, kini juga dijadikan sebagai salah satu media promosi dari toko *online*.

Melalui media sosial, perusahaan atau brand bisa melakukan promosi yang terstruktur dan tepat sasaran. Dalam promosi ini, perusahaan bisa memasarkan konten dalam bentuk postingan gambar atau video. Konten yang dipasarkan melalui media sosial ini berhubungan dengan produk yang akan dijual. Selain memasarkan konten, teknik pemasaran modern ini juga digunakan untuk memasarkan merk di mana bisa mengenalkan merk secara umum ke masyarakat secara menyeluruh atau sering disebut dengan *brand awareness*. Dengan mengenalkan merk dan memberi impresi yang baik, maka rasa percaya masyarakat akan meningkat dan bisa meningkatkan konversi promosi ke penjualan.

Media sosial merupakan alat yang telah tersedia sebagai sarana untuk meningkatkan target penjualan dan bisa juga sebagai sarana untuk mengetahui jangkauan dari semua kegiatan promosi yang dilakukan. Salah satu media sosial yang banyak dimanfaatkan sebagai media promosi adalah Instagram. Instagram dapat menjadi sarana dalam kegiatan melakukan sebuah promosi efektif dan dapat menggunakannya di mana saja. Adapun kelebihan oleh para pedagang *online* yang mempromosikan produknya melalui Instagram tidak membayar khususnya untuk para penjual *online shop* pemula Instagram lebih baik dipilih untuk mempromosikan produk di banding website yang membayar. Berdasarkan hasil, survei *hootsuite social trends 2021* media sosial yang menjadi media pemasaran. Posisi pertama masih Instagram sebesar 61%, di mana para pelaku usaha masih percaya untuk mengeluarkan anggaran yang besar untuk promosi di Instagram. (laman <https://entrepreneur.bisnis.com/>).

Selain menjadi salah satu media sosial yang saat ini menempati posisi puncak teratas, Instagram disebut sebagai salah satu tempat strategis para pembisnis, dalam hal ini penjual barang *online* atau pemilik *online shop* untuk memasarkan barang dagangannya. Instagram menawarkan fitur untuk kita menyukai foto orang lain yang kita sukai. Kita juga bisa mengomentari terhadap foto yang diunggah orang lain, begitu juga sebaliknya. Secara tidak langsung, hal ini menjadikan lahan para



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

penggunanya. Karena dengan banyaknya orang yang menyukai foto, seseorang, dan hasil foto tersebut menarik dan bagus akan dapat menambah *followers* yang mengikuti akun Instagram tersebut. Pemilik *online shop* yang membuat akun Instagram untuk mempromosikan barang dagangannya biasanya lebih mudah menawarkan produknya kepada calon pembeli karena biasanya sasaran pembelinya adalah orang terdekat. Dengan memiliki akun Instagram *online shop*, dapat memberitahukan kepada teman-teman di sekitarnya.

Dengan Instagram, tentunya semakin mudah menjual barang karena dapat menunjukkan foto barang dagangannya dengan ringkas karena tampilan instagram menjadikan foto produk yang diunggahnya layaknya *catalog* barang. Secara tidak langsung, proses promosi menggunakan Instagram tersebut masuk dalam lingkup strategi penjualan *online*. Pada saat mempromosikan barang dagangannya dengan foto yang diunggah pada Instagram, para pemilik *online shop* perlu memperhatikan kelengkapan informasi mengenai penjelasan produk, kelebihan, karakteristik barang, ukuran, warna, dan ketersediaan barang. Hal ini karena Theholograil memerlukan media pemasaran yang efektif dengan tujuan memperluas pangsa pasarnya. Theholograil memilih instagram sebagai alat promosi utamanya agar produk yang dipasarkan semakin dikenal banyak orang. Hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Strategi pesan yang efektif adalah suatu pesan yang dapat menyampaikan tujuan promosi.

Saat ini, cukup banyak lembaga atau agen pemasaran yang beralih menggunakan Instagram sebagai media promosi pengguna aktif Instagram. Saat ini, mencapai 90 juta pengguna dari banyaknya antusias pengguna Instagram tersebut. Banyaknya pembisnis menggunakan media Instagram sebagai media promosinya. Dapat disaksikan sebanyak 54% dari *brand* ternama telah mengadopsi Instagram sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka. Instagram membantu memberikan sentuhan pribadi melalui sajian visual yang menarik dan beragam. Dengan demikian, penting untuk media promosi untuk mendukung komunitas sebaik mungkin untuk mempertahankan tingkat pertumbuhan bisnis dan membangun interaksi dengan

### Hak Cipta :

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





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

calon pembeli. ( laman <http://www.academia.edu/> )

Salah satu produk *suvenir* yang mengiklankan produknya melalui media sosial instagram adalah Theholograil. Theholograil dikembangkan oleh PT Holograil Maju Bersama pada tahun 2019 dengan tujuan untuk mengekspresikan momen bersama melalui produk PT Holograil Maju Bersama. Produk *suvenir* pada perusahaan ini merupakan hasil foto *custome* yang menggunakan teknologi canggih yang berinovasi hologram sehingga menghasilkan produk yang berkualitas dan unik. *Brand value* yang diusung Theholograil yaitu: (1) kualitas, dengan memiliki kualitas yang paling terbaik di antara para pesaingnya, Theholograil selalu menonjolkan dan mengutamakan kualitasnya yang mempunyai gambar yang bagus dengan kualitas HD, awet, tidak gampang robek, tidak gampang rusak, tahan air, dan kuat; (2) inovatif, produk *suvenir* Theholograil selalu mempunyai inovasi terbaru setiap bulannya agar tidak termakan oleh zaman. Keunikan yang dimiliki produk *suvenir* Theholograil ini cukup inovatif dibandingkan dengan produk foto *suvenir* lainnya; (3) *design*, Theholograil selalu mengutamakan *design* yang diberikan kepada *customer* melalui sosial medianya. *Design* dari Theholograil selalu terlihat atraktif, menarik, dan juga *eyecatching*.

Pemilihan media promosi Instagram dikarenakan dalam mempromosikan produk *suvenir* nya, Theholograil mampu memperkenalkan kepada para masyarakat diindonesia tentang katalog nya secara langsung kepada konsumen. Misalnya tentang memperkenalkan semua produk Theholograil. Harga produk Theholograil, kualitas produk Theholograil, produk terbarunya, *discount*, dan lain sebagainya.

Pada awalnya, aktivitas promosi PT Holograil Maju Bersama dilakukan secara *offline* yaitu pameran atau *event*. Namun, kondisi pandemi COVID-19 tidak memungkinkan lagi untuk promosi secara *offline*. Sehingga, timbul strategi pemasaran baru yaitu melalui media *online* Instagram. Penggunaan media sosial, terutama Instagram bisa dijadikan konsep untuk mengangkat popularitas mereka agar dapat bertahan terhadap persaingan di masa pandemi COVID-19. Dengan keberadaan Instagram, secara tidak langsung menghasilkan generasi baru. Saat ini,





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

banyak orang memilih berbelanja secara *online* atau pesanan melalui media sosial instagram. Ketika berbicara tentang pengguna Instagram, perkembangannya yang sangat cepat, hampir semua masyarakat memiliki akun Instagram untuk berinteraksi maupun berbelanja dalam pemilihan produk. Hasil akhir dari aktivitas promosi adalah untuk mendapatkan seseorang untuk membeli suatu produk menggunakan iklan melalui Instagram. Untuk menjangkau tujuan promosi, dapat menggunakan konsep AIDA, terdiri dari *Attention, Interest, Desire, dan Action*.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini selama enam bulan mulai dari Maret sampai Agustus 2021 yang berjudul **“Pengaruh AIDA terhadap Minat Beli Konsumen pada Iklan Instagram”**. (Studi Kasus Produk Souvenir PT Holograil Maju Bersama)

### 1.2 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya adalah sebagai berikut.

- a. Apakah iklan Instagram produk souvenir PT Holograil Maju Bersama terhadap minat beli konsumen berpengaruh berdasarkan model AIDA?

### 1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, serta dengan mempertimbangkan keterbatasan yang ada pada peneliti, maka peneliti memfokuskan dan membatasi masalah dalam penelitian ini pada pengaruh iklan Instagram produk souvenir PT Holograil Maju Bersama terhadap minat beli konsumen dengan model AIDA.

### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan hal-hal yang telah dipaparkan sebelumnya maka pokok permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Apakah model AIDA berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada iklan

instagram produk *suvenir* The holograil ?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah jawaban dari pembahasan masalah penelitian tersebut. Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui adakah pengaruh iklan Instagram produk souvenir PT Holograil Maju Bersama terhadap minat beli konsumen dengan menggunakan model AIDA.

### 1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan yang berkaitan dengan pengaruh AIDA terhadap minat beli konsumen.

- b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini meliputi :

- 1) Akademisi

Bagi pihak akademisi diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis bagi penelitian mengenai pengaruh iklan Instagram terhadap minat beli konsumen menggunakan model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) diharapkan menjadi masukan dan bahan referensi yang berguna dalam pengembangan penelitian Komunikasi Bisnis ataupun *Marketing* yang berkaitan. Di samping itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah bacaan perpustakaan dengan tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang akan dilakukan kemudian hari.

- 2) Peneliti

Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan sebagai sarana untuk berlatih berpikir secara ilmiah, dapat berguna mengembangkan pengetahuan, dan



mencoba menganalisa data yang diperoleh guna memecahkan masalah yang berkaitan dengan pengaruh iklan Instagram. Penelitian ini diharapkan sebagai bahan perbandingan antara teori yang didapatkan selama masa perkuliahan dengan kenyataan yang terjadi, sehingga dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang berhubungan dengan ilmu yang penulis tekuni.

### 3) Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dan bisa dikembangkan menjadi lebih sempurna.

## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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







**Hak Cipta :**

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

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh AIDA terhadap minat beli konsumen pada iklan Instagram Holograil, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil uji signifikansi simultan F menunjukkan nilai F hitung =  $22,153 > F \text{ tabel} = 2,47$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan nilai signifikansi di bawah  $0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama *attention* (X1), *interest* (X2), *desire* (X3), dan *action* (X4) mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen pada iklan Instagram Holograil, yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Kesimpulan pada penelitian ini adalah setiap kegiatan variabel AIDA yang dilakukan oleh PT Holograil Maju Bersama, akan meningkatkan minat beli konsumen pada iklan Instagram Holograil dalam melakukan kegiatan promosinya kepada pelanggan Instagram.

### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh AIDA terhadap minat beli konsumen pada iklan Instagram Holograil, hal ini dapat terlihat dari jawaban responden yang mayoritas berada pada interval skor penelitian setuju dan sangat setuju. Beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut.

- a. Berdasarkan hasil penelitian variabel *attention* yang diberikan oleh PT Holograil Maju Bersama pada iklan Instagram kurang mempengaruhi minat beli konsumen. Dapat dilihat dari kondisi sekarang ini, pada pandemi COVID-19, masyarakat lebih mementingkan *attention*-nya terhadap keperluan kesehatan yang sangat diutamakan pada masa pandemi COVID-19 ini. Dalam memaksimalkan variabel *attention* yang diberikan oleh PT Holograil Maju Bersama pada iklan Instagram, perlu meningkatkan ketertarikan pada pembuatan iklan Instagram Holograil dengan cara memberikan kualitas produk



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

- yang lebih baik lagi dan memiliki jadwal unggahan iklan Instagram yang rutin, serta membuat kata atau gambar yang *powerful* yang bisa menarik perhatian hingga orang berhenti dan memperhatikan isi iklan yang ditayangkan, supaya *attention* dari *followers* akun Instagram Holograil dapat menarik minat konsumen, sehingga minat beli konsumen dapat meningkat dengan baik.
- b. Berdasarkan hasil penelitian variabel *interest*, *desire*, dan *action* yang diberikan oleh PT Holograil Maju Bersama pada iklan Instagram sangat mempengaruhi minat beli konsumen terutama variabel *action*. PT Holograil Maju Bersama harus dapat mempertahankan dan lebih meningkatkan lagi variabel *interest*, *desire*, dan *action*. Dengan membuat durasi tayangan iklan Instagram tersebut, tidak terlalu lama dengan jam tayang yang sesuai dengan waktu di mana orang-orang membuka media sosial Instagram, sehingga *followers* Instagram Holograil bisa mengenali dan mengingat produk yang diiklankan dapat lebih meningkatkan minat beli konsumen.
  - c. Bagi peneliti selanjutnya, penulis menyarankan untuk melakukan penelitian dengan variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. Sehingga, diharapkan hasil penelitian tersebut nantinya dapat menjadi sumbangan pemikiran kepada peneliti selanjutnya.

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA





## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- A. Shimp, Terence. 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi. Jakarta: Salemba Empat
- AG.Suyono, Sri Sukmawati, Pramono. 2012. Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa. Intidayu Press. Jakarta.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice (6th ed.). Pearson.
- Durianto, Darmadi, 2011, Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, Cetakan XX, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2012), *Principles of Marketing*, 15th Edition, Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketing*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- M. Nisrina. (2015), *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*, Yogyakarta : Kobis.
- Pasuraman, Wijaya, Tony, Manajemen Kualitas Jasa, (Jakarta: Salemba Empat 2011).
- Puntoadi, Danis. Menciptakan Penjualan Melalui Social Media. Jakarta (ID) : PT Elex Komputindo. 2011
- Sudarso, Andriasan. 2016. Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan, Edisi 1, Deependublish, Yogyakarta.
- Sugiyono, 2015. Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan*

### 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



R&D). Bandung: Alfabeta

### Jurnal dan Skripsi

- Abdul, Zainul & Wilopo. 2013. "Pengaruh Penerapan AIDA Terhadap Keputusan Pembelian". Jurnal Universitas Brawijaya.
- Anggit Yoebrilianti, 2018. "Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderator (Survei Konsumen Pada Jejaring Sosial)
- Arthur Wibisono, 2018. "Analisa Efektivitas Iklan House Of Blessing Kennel Pada Instagram Dalam Menjalankan AIDA Model".
- Alifia Firyal Farhana Zuliyant, 2018 "Perilaku Pengambilan Keputusan Berasuransi Unit Limk Syariah Dalam Perspektif AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Pada Panin Dai-Ichi life Yogyakarta". Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Ayu, Ida. 2016. "Efektivitas Iklan dengan Analisis AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)" Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Merek Yamaha di Kota Singaraja. Jurnal Vol.8 No. 3. Singaraja.
- Christiany Juditha, 2017. "Memahami Struktur Jaringan Media Sosial sebagai Cara Strategis Periklanan di Era Ekonomi Digital". Jurnal Pekonmas, Vol.2 No.1.
- Hafid Kurniawan, 2015. "Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Batik Solo INASINUL" Institut Pertanian Bogor.
- Kiki Rizkita Putri, 2018. "Analisis Efektivitas Iklan Online dengan menggunakan Model Aida (Attention, Interest, Desire, Action )" Pada Studi Pengguna Online Shop Pada Mahasiswa Fisip Universitas Lampung).
- Nina Andriyani, 2017. "Pengaruh Penggunaan Metode AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)" Pada Iklan Online Di Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion.
- Puput Pristikawati, 2018. "Analisis Efektivitas Iklan Deduren Di Media Sosial Facebook dengan Metode AIDA(Attention, Interest, Desire and Action). Universitas Muhammadiyah Malang.
- Thyeci Shoreana, 2015. "Analisis Efektivitas Iklan Televisi Sari Manggis Mastin Dengan Menggunakan Model Aida Dan Epic" (Studi Kasus Di Kota Bogor)

### Sumber Internet

The Holograil. 2021."Instagram"( <https://www.instagram.com/> diakses Mei



#### 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

2021).

Hana Led Project. 2021. “Berbagai Jenis Media Promosi Offline”  
(<https://ledrunningtext.com/> diakses pada Juli 2021)

Gloria Fransisca Katharina Lawi. 2020. “Instagram Jadi Platform Andalam Untuk Pemasaran (<https://entrepreneur.bisnis.com/> diakses pada Juli 2021)

Difa Danaswari. 2015. “Instagram Sebagai Media Promosi Online Shop”  
(<http://www.academia.edu/> diakses pada Juni 2021)



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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





**Hak Cipta :**

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

**LAMPIRAN**

**KUESIONER PENELITIAN**  
**PENGARUH AIDA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA**  
**IKLAN INSTAGRAM. (Studi Kasus Produk Suvenir PTHolograil**  
**Maju Bersama)**

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi akhir Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini. Penelitian ini tentang “Pengaruh AIDA Terhadap Minat Konsumen Pada Iklan Instagram”. Oleh karena itu saya mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan penilaian terhadap pernyataan-pernyataan yang saya ajukan secara jujur dan terbuka.

Kuesioner ini bertujuan untuk kepentingan ilmiah. Data yang diperoleh tidak akan digunakan untuk keperluan lainnya. Oleh karena itu, jawaban yang Bapak/Ibu berikan besar manfaatnya bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Demikian pengantar ini saya buat, atas perhatian dan kerja samanya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Wisnu Arrasyid





**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

**I. IDENTITAS RESPONDEN**

**A. Petunjuk Pengisian**

1. Mohon mengisi pertanyaan di bawah ini dengan sebenar-benarnya.
2. Berilah tanda checklist (✓) pada kolom yang tersedia dan pilih jawab yang sesuai dengan pilihan Anda.
3. Isilah titik-titik kosong dengan jawaban yang sesuai menurut Anda.

**B. Identitas Responden**

1. Nama responden : .....
2. Jenis Kelamin :  Laki-Laki  Perempuan
3. Usia :  20 – 25 tahun  31 – 40 tahun  
 26 – 30 tahun  > 40 tahun

**C. Kriteria Responden**

1. Followers The Holograil
2. Pernah order minimal 1x (selama tahun 2020-2021)

**II. Penilaian Attention (Perhatian), Interest (Ketertarikan), Desire (Keinginan), Action (Tindakan), dan Minat Beli Konsumen**

**A. Petunjuk Pengisian**

1. Mohon kuesioner diisi oleh Bapak/Ibu untuk menjawab seluruh pertanyaan atau pernyataan yang disediakan.
2. Berilah tanda checklist (✓) pada kolom yang tersedia dan dipilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya terjadi.
3. Dalam menjawab pertanyaan ini, mohon tidak ada jawaban yang salah.
4. Jawaban yang tersedia berupa Skala Likert yaitu 1-5 yang memiliki arti sebagai berikut:

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

TS : Tidak Setuju (2)

KS : Kurang Setuju (3)

S : Setuju (4)

SS : Sangat Setuju (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

Pernyataan-pernyataan berikut akan mengukur pendapat Anda mengenai AIDA

**1. Attention (Perhatian)**

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Jika iklan <i>Instagram</i> Suvenir The Holograil muncul di media sosial <i>Instagram</i> , anda akan melihat iklan tersebut hingga selesai					
2.	Varian produk <i>Suvenir</i> The Holograil sangat menyita perhatian anda					
3.	Keunikan produk <i>Suvenir</i> dari iklan <i>Instagram</i> The Holograil sangat menyita perhatian anda					
4.	Produk Suvenir The Holograil yang dipromosikan merupakan produk suvenir yang berkualitas					

**2. Interest (Ketertarikan)**

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	SS
5.	Dengan adanya keunikan dari produk <i>Suvenir</i> The Holograil yang membuat anda tertarik untuk membeli produk tersebut					
6.	Anda menyukai produk <i>Suvenir</i> The Holograil yang muncul di media sosial <i>Instagram</i>					
7.	Visualisasi produk <i>Suvenir</i> The Holograil di media sosial <i>Instagram</i> menimbulkan keinginan untuk membeli produk tersebut					
8.	Karena produk suvenir The Holograil adalah produk 3D yang berbeda dari suvenir lain menimbulkan rasa ingin membeli produknya					



**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

**3. Desire (Minat)**

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	SS
9.	Informasi mengenai produk yang disampaikan dalam iklan <i>Instagram Suvenir</i> The Holograil menimbulkan keinginan anda untuk membeli produk tersebut					
10.	Iklan <i>Instagram Suvenir</i> The Holograil yang muncul di media sosial <i>Instagram</i> menimbulkan keinginan untuk membeli produk tersebut					
11.	Pemilihan <i>Instagram</i> sebagai media promosi membantu menimbulkan keinginan untuk membeli produk tersebut					
12.	Produk suvenir The holograil merupakan produk unggulan					

**4. Action (Tindakan)**

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	SS
13.	Iklan <i>Instagram</i> suvenir The Holograil di media sosial <i>Instagram</i> membuat anda sesegera mungkin untuk mengetahui varian lain dari produk tersebut					
14.	Informasi yang disampaikan pada iklan <i>Instagram</i> The Holograil di media sosial <i>Instagram</i> meyakinkan anda untuk membeli produk tersebut					
15.	<i>Tagline</i> dalam iklan <i>Instagram suvenir</i> The Holograil di media sosial <i>Instagram</i> menimbulkan keputusan Anda untuk membeli produk tersebut					
16.	Iklan produk suvenir The Holograil membuat anda sesegera mungkin untuk membeli					





**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

### 5. Minat Beli Konsumen (Y)

Pernyataan-pernyataan berikut akan mengukur pendapat Anda mengenai Minat Beli Konsumen

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	SS
17.	Jika Theholograil menawarkan beberapa paket bundle dari varian produknya apakah anda akan membelinya					
18.	Saya akan merekomendasikan The holograil pada kerabat saya saat membeli suvenir					
19.	Informasi yang disampaikan pada iklan Instagram Suvenir di media sosial Instagram meyakinkan anda untuk membeli produk tersebut					
20.	Setelah melihat iklan Instagram produk suvenir The Holograil, Anda membuat keputusan untuk membeli produk tersebut					



Lampiran 2

Data Tabulasi *Pre-Test Attention* (X1)

No Responden	Nomer Butir Kuesioner - <i>Attention</i> (X1)				Total
	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	
1	4	5	4	4	17
2	4	5	4	4	17
3	2	4	4	5	15
4	4	5	4	4	17
5	5	4	4	4	17
6	2	4	2	4	12
7	4	4	1	1	10
8	5	4	4	4	17
9	5	5	4	4	18
10	4	5	4	4	17
11	4	5	5	5	19
12	2	4	4	1	11
13	4	4	4	5	17
14	4	4	4	4	16
15	4	5	4	4	17
16	4	5	5	2	16
17	2	2	1	2	7
18	4	4	4	4	16
19	2	4	4	2	12
20	4	5	4	2	15
21	2	2	3	4	11
22	4	5	5	5	19
23	4	3	2	4	13
24	2	2	5	4	13
25	4	5	4	5	18
26	4	4	4	4	16
27	4	2	2	1	9
28	5	4	3	4	16
29	5	4	2	4	15
30	5	4	5	4	18

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 3

Data Tabulasi *Pre-Test Interest* (X2)

No Responden	Nomer Butir Kuesioner - <i>Interest</i> (X2)				Total
	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	
1	3	4	5	4	16
2	5	3	4	4	16
3	4	4	2	1	11
4	3	5	2	4	14
5	3	2	5	4	14
6	4	5	4	4	17
7	2	3	3	4	12
8	5	5	5	4	19
9	3	5	5	5	18
10	4	2	4	5	15
11	4	3	4	5	16
12	4	5	5	4	18
13	4	3	4	4	15
14	4	4	5	4	17
15	5	2	3	2	12
16	2	3	3	3	11
17	4	5	4	4	17
18	4	3	2	4	13
19	3	4	3	4	14
20	4	5	4	4	17
21	5	4	5	4	18
22	2	1	2	2	7
23	5	4	2	1	12
24	4	1	2	2	9
25	4	1	3	1	9
26	3	3	3	3	12
27	5	4	4	4	17
28	4	4	5	4	17
29	4	5	4	4	17
30	4	4	1	5	14

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 4

Data Tabulasi *Pre-Test Desire* (X3)

No Responden	Nomer Butir Kuesioner - <i>Desire</i> (X3)				Total
	x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	
1	4	4	5	4	17
2	5	4	4	2	15
3	1	5	4	4	14
4	3	2	4	2	11
5	4	5	2	3	14
6	5	4	5	3	17
7	2	2	5	4	13
8	4	4	5	5	18
9	4	4	4	5	17
10	3	3	3	2	11
11	4	2	4	3	13
12	4	5	4	4	17
13	5	5	4	5	19
14	4	4	4	4	16
15	5	5	4	4	18
16	4	4	4	5	17
17	3	5	5	4	17
18	4	5	5	5	19
19	4	5	4	3	16
20	2	3	3	3	11
21	4	3	2	2	11
22	4	5	5	2	16
23	4	4	5	4	17
24	5	4	2	1	12
25	3	2	2	3	10
26	4	4	5	5	18
27	5	4	4	4	17
28	4	4	5	5	18
29	5	5	5	4	19
30	3	3	2	3	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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 5

Data Tabulasi *Pre-Test Action* (X4)

No Responden	Nomer Butir Kuesioner - Action (X4)				Total
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	
1	4	4	5	5	18
2	5	4	5	4	18
3	5	4	4	4	17
4	4	5	4	3	16
5	5	5	4	4	18
6	5	4	5	4	18
7	4	2	3	3	12
8	3	2	2	3	10
9	5	4	4	4	17
10	4	5	4	5	18
11	4	5	4	4	17
12	5	4	3	5	17
13	3	2	4	4	13
14	4	5	5	5	19
15	3	4	2	2	11
16	3	4	4	2	13
17	4	3	4	5	16
18	5	5	5	4	19
19	3	3	2	3	11
20	5	4	4	2	15
21	4	4	4	4	16
22	2	4	5	4	15
23	2	3	4	5	14
24	2	3	4	5	14
25	4	4	5	3	16
26	4	5	5	5	19
27	4	4	4	4	16
28	5	4	4	4	17
29	4	5	4	5	18
30	4	3	4	3	14

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 6

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

No Responden	Nomer Butir Kuesioner - Minat Beli Konsumen (Y)				Total
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	
1	4	4	5	4	17
2	5	4	4	5	18
3	2	3	4	5	14
4	5	4	4	5	18
5	3	4	4	5	16
6	5	5	4	4	18
7	3	4	4	5	16
8	5	5	5	4	19
9	5	5	5	5	20
10	4	3	5	2	14
11	5	5	3	4	17
12	5	3	4	4	16
13	5	4	5	2	16
14	4	5	5	4	18
15	4	4	5	3	16
16	5	4	5	3	17
17	4	5	2	1	12
18	5	5	4	5	19
19	3	3	3	3	12
20	4	5	5	4	18
21	1	1	2	4	8
22	4	5	4	4	17
23	5	4	1	2	12
24	4	5	2	3	14
25	1	4	3	1	9
26	5	4	4	5	18
27	2	5	1	4	12
28	5	4	4	5	18
29	1	2	1	2	6
30	5	4	4	4	17

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 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Pre-Test* Variabel *Attention* (X1), *Interest* (X2), *Desire* (X3), dan *Action* (X4) Terhadap Minat Beli Konsumen pada Iklan Instagram :**

**a. Hasil Uji Validitas *Pre-Test***

Hasil Uji Validitas *Pre-Test Attention* (X1)

Correlations		
		Total
X1.1	Pearson Correlation	,629**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X1.2	Pearson Correlation	,759**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X1.3	Pearson Correlation	,732**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X1.4	Pearson Correlation	,714**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

Hasil Uji Validitas *Pre-Test Interest* (X2)

Correlations		
		Total
X2.1	Pearson Correlation	,412*
	Sig. (2-tailed)	0,024
	N	30
X2.2	Pearson Correlation	,763**
	Sig. (2-tailed)	0,000

**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

	N	30
X2.3	Pearson Correlation	,757**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X2.4	Pearson Correlation	,728**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

Hasil Uji Validitas *Pre-Test Desire* (X3)

Correlations		
		Total
X3.1	Pearson Correlation	,529**
	Sig. (2-tailed)	0,003
	N	30
X3.2	Pearson Correlation	,727**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X3.3	Pearson Correlation	,745**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X3.4	Pearson Correlation	,727**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

Hasil Uji Validitas *Pre-Test Action* (X4)

Correlations		
		Total



**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

X4.1	Pearson Correlation	,624**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X4.2	Pearson Correlation	,766**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X4.3	Pearson Correlation	,762**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
X4.4	Pearson Correlation	,610**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

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

Correlations		
		Total
Y1.1	Pearson Correlation	,813**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y1.2	Pearson Correlation	,624**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y1.3	Pearson Correlation	,756**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Y1.4	Pearson Correlation	,628**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
Total	Pearson Correlation	1





**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

	Sig. (2-tailed)	
	N	30

**b. Hasil Uji Reliabilitas**

Hasil Uji Reliabilitas *Pre-Test Attention* (X1)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,665	4

Hasil Uji Reliabilitas *Pre-Test Interest* (X2)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,608	4

Hasil Uji Reliabilitas *Pre-Test Desire* (X3)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0,0
	Total	30	100,0

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



**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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,621	4

Hasil Uji Reliabilitas *Pre-Test Action* (X4)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,629	4

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

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,668	4



Lampiran 8

Tabel R Uji Validitas *Pre-Test*

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	10.000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392

**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





Lampiran 9

Data Tabulasi *Final Attention* (X1)

No	Attention (X1)			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
1	4	4	4	4
2	4	3	5	5
3	5	4	4	5
4	5	5	5	5
5	4	4	5	4
6	4	3	4	5
7	3	3	5	5
8	5	4	5	4
9	4	1	5	1
10	5	4	3	6
11	5	4	4	4
12	5	3	5	5
13	4	3	4	3
14	4	3	4	5
15	4	5	4	5
16	4	4	4	4
17	3	5	5	5
18	5	5	4	2
19	4	4	5	5
20	1	5	4	3
21	5	5	4	4
22	3	5	5	4
23	5	5	4	1
24	4	4	4	4
25	4	5	5	5
26	4	4	4	5
27	5	5	4	3
28	5	5	5	5
29	4	4	5	4
30	4	5	5	4
31	5	4	4	5
32	4	5	4	4
33	4	5	3	4
34	3	4	4	4
35	4	5	4	4
36	4	5	4	5
37	5	4	4	4

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

38	3	4	4	5
39	4	5	3	4
40	5	5	5	5
41	3	5	5	5
42	4	4	4	5
43	5	5	4	4
44	4	5	4	5
45	4	5	4	5
46	5	5	3	5
47	3	4	4	5
48	4	4	4	4
49	4	4	5	4
50	4	4	4	4
51	5	5	5	5
52	5	4	4	5
53	4	5	5	4
54	5	4	5	5
55	5	4	5	5
56	5	5	4	5
57	4	5	4	5
58	5	4	3	5
59	5	4	4	5
60	5	4	4	5
61	4	5	5	5
62	4	5	5	5
63	5	5	4	5
64	5	5	4	5
65	5	4	4	5
66	4	5	4	4
67	5	4	5	5
68	5	4	5	4
69	4	5	4	5
70	4	5	5	4
71	4	5	4	5
72	4	5	5	4
73	5	4	5	5
74	4	5	4	4
75	4	5	5	4
76	4	5	5	5
77	5	5	5	5
78	5	5	4	4
79	5	5	5	4
80	4	5	4	5



## © 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

81	4	5	5	4
82	4	5	5	5
83	5	5	5	4
84	4	5	5	5
85	4	5	5	5
86	5	5	5	4
87	5	4	5	4
88	5	5	5	5
89	4	5	5	4
90	5	5	5	4
91	4	5	5	5
92	5	4	5	5
93	5	5	4	5
94	5	4	2	5
95	5	4	5	5
96	4	5	5	5
97	5	4	5	4
98	5	5	4	4
99	5	4	5	4
100	5	4	5	4

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**





Lampiran 10

Data Tabulasi *Final Interest* (X2)

No	Interest (X2)			
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
1	4	4	4	4
2	5	4	4	5
3	5	5	4	4
4	5	5	5	5
5	4	4	4	5
6	5	4	5	3
7	4	4	4	5
8	5	4	5	5
9	4	5	4	5
10	3	4	5	5
11	4	5	4	4
12	3	5	5	5
13	5	4	4	3
14	4	4	4	4
15	5	5	4	4
16	4	4	5	4
17	3	5	5	5
18	5	4	4	4
19	5	4	5	4
20	3	5	5	5
21	5	5	5	4
22	4	4	4	5
23	5	5	4	5
24	3	4	4	5
25	5	4	5	4
26	4	3	4	5
27	3	5	4	5
28	5	5	4	5
29	3	5	5	4
30	4	5	4	5
31	3	5	5	5
32	4	4	4	5
33	5	4	4	5
34	4	4	5	4
35	3	5	4	5
36	5	5	5	4
37	3	3	5	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



## © 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

38	4	4	5	4
39	5	4	5	5
40	4	5	5	5
41	4	4	4	5
42	5	5	4	5
43	4	5	5	4
44	4	5	4	5
45	4	5	5	5
46	5	5	4	4
47	4	4	4	5
48	4	4	5	5
49	4	3	5	5
50	4	4	4	4
51	5	5	5	5
52	4	5	5	5
53	5	4	5	4
54	5	5	4	5
55	5	4	4	5
56	5	5	4	5
57	4	5	4	5
58	5	3	4	5
59	5	4	4	5
60	5	3	5	4
61	4	4	4	4
62	4	5	4	5
63	4	5	4	5
64	4	3	5	4
65	5	4	5	4
66	5	5	5	4
67	4	5	4	5
68	4	5	5	4
69	4	5	4	5
70	4	5	4	5
71	4	5	4	3
72	5	5	4	5
73	5	5	4	5
74	5	5	4	5
75	5	5	4	5
76	5	4	5	4
77	4	5	4	5
78	5	5	4	5
79	5	4	5	5
80	5	4	5	4

81	4	4	4	4
82	5	4	5	4
83	5	4	3	4
84	5	4	5	4
85	5	4	5	4
86	4	5	4	5
87	5	5	5	5
88	4	5	5	5
89	5	5	4	5
90	5	4	5	5
91	4	5	5	5
92	5	5	4	5
93	5	4	4	2
94	4	5	4	5
95	5	5	4	4
96	4	5	5	5
97	5	5	4	5
98	5	4	4	5
99	5	4	5	5
100	5	5	5	5

**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







Lampiran 11

Data Tabulasi *Final Desire* (X3)

No	<i>Desire</i> (X3)			
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
1	4	4	4	4
2	4	4	4	5
3	4	5	4	5
4	5	5	5	5
5	4	5	4	4
6	4	4	5	5
7	5	4	5	4
8	5	5	4	5
9	5	4	5	5
10	4	4	4	5
11	5	4	4	4
12	3	5	5	5
13	5	5	4	3
14	5	4	4	4
15	5	4	3	5
16	4	4	4	4
17	2	5	5	5
18	3	5	5	4
19	5	5	5	4
20	5	4	4	5
21	4	5	5	5
22	4	4	5	4
23	4	5	5	5
24	4	4	4	4
25	4	5	5	5
26	4	4	5	3
27	3	5	4	5
28	5	5	5	4
29	4	4	4	5
30	4	5	5	4
31	5	5	5	4
32	4	5	5	4
33	4	5	4	5
34	3	4	5	4
35	3	5	5	4
36	5	4	5	5
37	4	5	4	3

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

38	4	5	5	2
39	5	5	5	4
40	5	5	5	4
41	4	5	5	4
42	5	5	4	5
43	4	5	4	4
44	5	4	4	5
45	4	5	5	5
46	4	4	4	5
47	4	4	4	5
48	4	5	5	4
49	3	4	4	5
50	4	4	4	4
51	5	5	5	5
52	5	4	5	4
53	4	4	5	5
54	5	5	4	4
55	4	4	5	5
56	5	4	4	5
57	4	4	4	5
58	4	4	4	4
59	4	4	5	5
60	5	4	4	4
61	4	4	4	4
62	4	5	4	5
63	4	5	5	2
64	5	4	5	4
65	5	4	5	5
66	4	5	5	5
67	4	5	4	5
68	4	4	5	4
69	4	5	4	5
70	5	5	4	5
71	4	5	3	4
72	5	4	5	4
73	4	5	4	5
74	5	2	5	5
75	5	5	2	4
76	5	4	4	4
77	4	4	4	5
78	4	4	2	3
79	4	5	5	5
80	4	4	5	4



## © 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

81	4	5	4	4
82	5	4	5	5
83	5	5	3	4
84	5	5	5	4
85	5	5	5	5
86	4	5	5	4
87	4	4	5	4
88	4	4	2	5
89	5	4	4	5
90	5	4	2	5
91	4	5	4	5
92	5	4	3	4
93	4	5	4	5
94	4	4	3	4
95	4	4	4	4
96	4	4	4	5
97	5	5	4	4
98	4	5	4	5
99	3	4	5	4
100	4	5	4	5

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**





Lampiran 12

Data Tabulasi *Final Action* (X4)

No	Action (X4)			
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4
1	4	4	4	4
2	5	4	4	4
3	5	4	5	5
4	5	5	5	5
5	5	5	4	4
6	5	5	5	3
7	5	4	5	3
8	5	5	4	4
9	5	5	5	4
10	5	4	4	4
11	4	5	4	3
12	5	5	5	3
13	4	5	3	4
14	4	5	4	4
15	4	5	5	3
16	4	4	4	4
17	5	5	4	4
18	4	4	3	5
19	5	4	5	5
20	5	5	4	4
21	4	5	4	5
22	4	5	4	4
23	4	5	5	5
24	4	5	4	4
25	5	5	5	4
26	4	4	4	4
27	5	5	2	5
28	5	5	5	5
29	5	5	2	5
30	5	4	4	5
31	5	5	4	4
32	5	4	4	4
33	5	4	5	5
34	3	5	4	4
35	4	4	4	4
36	5	5	4	4
37	4	4	4	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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

38	3	5	5	4
39	4	4	5	5
40	5	5	5	4
41	4	5	4	5
42	5	5	5	5
43	4	4	4	5
44	4	5	3	4
45	4	5	4	5
46	4	5	4	4
47	4	4	4	5
48	3	5	5	4
49	4	3	5	5
50	4	4	4	4
51	5	5	5	5
52	5	4	5	5
53	4	4	5	4
54	4	5	5	4
55	4	5	4	5
56	4	5	4	5
57	4	5	4	5
58	5	5	4	4
59	4	5	4	5
60	3	4	5	4
61	4	4	5	5
62	5	4	4	5
63	5	5	5	5
64	5	5	5	4
65	4	5	4	5
66	5	5	4	4
67	4	5	4	5
68	5	5	4	5
69	5	3	4	5
70	4	5	4	5
71	5	4	4	5
72	4	5	4	5
73	5	5	5	5
74	4	5	4	5
75	5	4	5	5
76	5	4	5	4
77	4	5	4	5
78	5	5	4	5
79	4	5	5	4
80	5	4	5	4



## © 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

81	3	4	5	4
82	4	5	4	5
83	4	5	5	4
84	5	5	5	5
85	5	5	5	5
86	4	4	5	5
87	5	5	5	4
88	4	5	5	4
89	5	5	5	5
90	5	5	5	4
91	4	5	5	5
92	5	5	4	5
93	5	5	5	5
94	5	4	5	5
95	5	4	5	5
96	5	5	5	4
97	5	4	4	5
98	5	4	3	5
99	5	4	3	5
100	4	5	5	5

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**





Lampiran 13

Data Tabulasi *Final* Minat Beli Konsumen (Y)

No	Minat Beli Konsumen (Y)			
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4
1	4	4	4	4
2	5	5	4	4
3	4	4	5	5
4	5	5	5	5
5	4	5	4	5
6	4	4	5	4
7	5	3	4	5
8	4	4	5	4
9	5	5	4	4
10	4	4	5	4
11	5	4	4	4
12	5	4	5	4
13	5	4	5	3
14	4	5	4	4
15	4	5	5	4
16	5	4	4	4
17	5	5	4	4
18	4	5	3	4
19	5	5	4	4
20	4	4	5	5
21	4	4	5	5
22	4	5	4	4
23	4	5	5	5
24	4	3	5	5
25	5	5	4	4
26	4	3	3	5
27	2	4	5	5
28	5	5	4	5
29	4	4	4	4
30	5	4	3	5
31	4	5	5	4
32	5	5	3	4
33	5	5	4	5
34	3	4	4	5
35	4	5	4	4
36	5	4	5	4
37	4	5	5	3

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

38	4	5	4	3
39	3	5	5	5
40	3	5	5	5
41	5	4	4	5
42	5	5	5	4
43	5	4	5	4
44	5	4	4	4
45	5	5	5	4
46	5	5	4	4
47	4	5	4	4
48	4	4	5	4
49	3	5	5	4
50	4	4	4	4
51	4	5	5	5
52	4	5	5	5
53	4	5	4	5
54	5	4	5	4
55	3	4	5	5
56	5	4	3	5
57	4	5	4	5
58	4	4	5	4
59	5	5	3	4
60	5	4	4	4
61	3	5	4	4
62	5	4	4	5
63	4	5	4	5
64	5	4	4	5
65	5	5	4	4
66	4	4	5	5
67	4	4	5	5
68	4	5	4	5
69	5	4	4	5
70	5	4	5	5
71	5	4	4	5
72	4	4	4	5
73	5	5	4	5
74	5	5	4	5
75	4	5	4	5
76	5	5	4	5
77	5	5	4	5
78	4	5	3	5
79	3	5	4	4
80	5	4	5	3



## © 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

81	5	4	4	4
82	5	5	5	4
83	3	4	5	4
84	5	5	5	4
85	5	5	5	4
86	5	5	5	4
87	5	4	4	4
88	5	4	5	4
89	4	5	5	4
90	2	5	5	5
91	5	4	4	5
92	5	5	4	5
93	5	4	5	4
94	5	4	5	4
95	5	5	4	4
96	5	4	4	5
97	5	4	5	5
98	5	4	5	4
99	5	5	4	5
100	5	4	4	5

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**



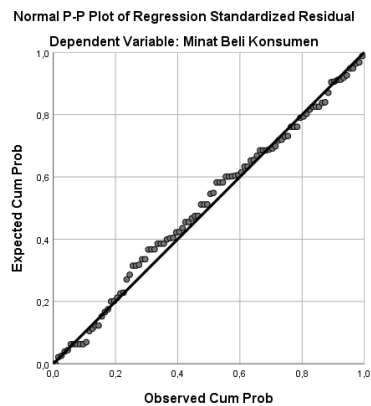
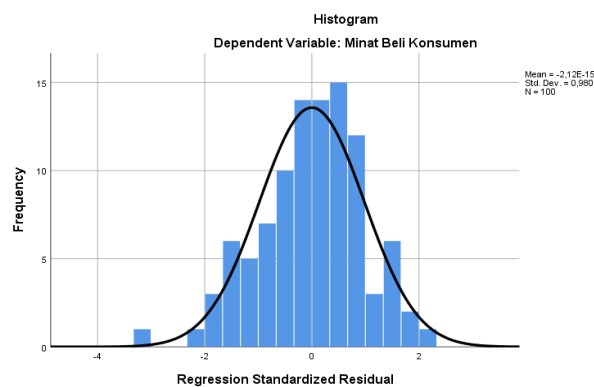


Lampiran 14

Output SPSS Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik
  - a) Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,69110284
Most Extreme Differences	Absolute	0,064
	Positive	0,045
	Negative	-0,064
Test Statistic		0,064
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		



Hak Cipta :

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



**Hak Cipta :**

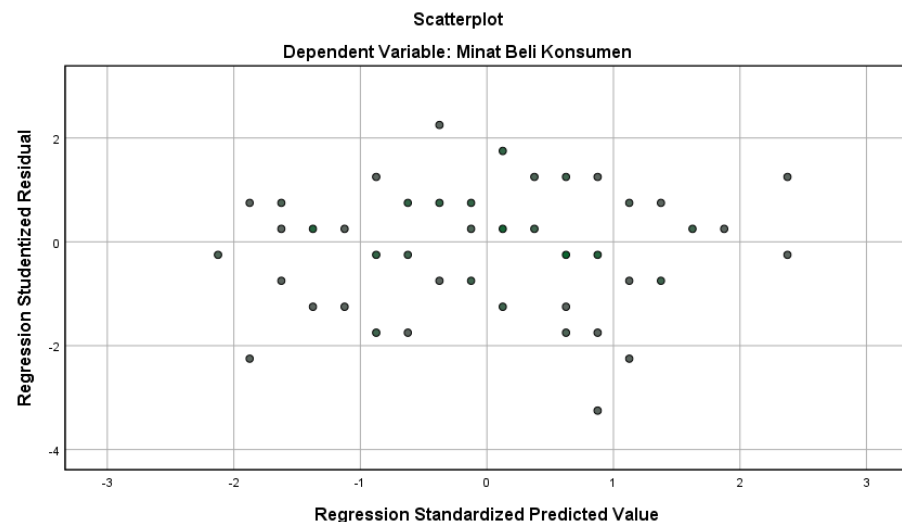
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

b) Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,502	1,444		3,119	0,002		
	Attention	0,034	0,053	0,053	0,649	0,518	0,812	1,231
	Interest	0,225	0,080	0,256	2,805	0,006	0,655	1,526
	Desire	0,160	0,064	0,205	2,518	0,013	0,824	1,213
	Action	0,320	0,079	0,380	4,062	0,000	0,624	1,604

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

c) Uji Heteroskedastisitas



2. Uji Hipotesis

a) Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,502	1,444		3,119	0,002		
	Attention	0,034	0,053	0,053	0,649	0,518	0,812	1,231
	Interest	0,225	0,080	0,256	2,805	0,006	0,655	1,526
	Desire	0,160	0,064	0,205	2,518	0,013	0,824	1,213
	Action	0,320	0,079	0,380	4,062	0,000	0,624	1,604

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

b) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,695 <sup>a</sup>	0,483	0,461	,706
a. Predictors: (Constant), Action, Desire, Attention, Interest				
b. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen				

c) Uji Korelasi Secara Parsial

Correlations						
		Attention	Interest	Desire	Action	Minat Beli Konsumen
Attention	Pearson Correlation	1	,336	,146	,410	,325
	Sig. (2-tailed)		,001	,146	,000	,001
	N	100	100	100	100	100
Interest	Pearson Correlation	,336	1	,374	,540	,555
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Desire	Pearson Correlation	,146	,374	1	,358	,444
	Sig. (2-tailed)	,146	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Action	Pearson Correlation	,410	,540	,358	1	,613
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Minat Beli Konsumen	Pearson Correlation	,325	,555	,444	,613	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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



## d) Uji Signifikansi Parsial T

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,502	1,444		3,119	,002		
	Attention	,034	,053	,053	,649	,518	,812	1,231
	Interest	,225	,080	,256	2,805	,006	,655	1,526
	Desire	,160	,064	,205	2,518	,013	,824	1,213
	Action	,320	,079	,380	4,062	,000	,624	1,604

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

## e) Uji Signifikansi Simultan F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	44,105	4	11,026	22,153	,000 <sup>b</sup>
	Residual	47,285	95	,498		
	Total	91,390	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

b. Predictors: (Constant), Action, Desire, Attention, Interest



Hak Cipta :

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

NEGERI  
JAKARTA



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Lampiran 15

**TABEL T**

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

#### Hak Cipta :

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





Hak Cipta :

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

Lampiran 16

TABEL F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74





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



# WISNU ARRASYID

## PROFIL

Saya adalah seseorang yang mengutamakan kerja keras, tidak mudah menyerah, dan dapat bekerja sama dengan tim. Saya menyukai bisnis dan sesuatu yang berhubungan dengan teknologi. Sosial media adalah salah satu kegemaran saya untuk mengekspresikan diri.

## KONTAK SAYA

Telepon 082125249288  
 Alamat Purbalingga, 5 Juni 1999  
 Email wisnuarrayid4617@gmail.com  
 Domisili Cinere, Depok

## SOSIAL MEDIA

🏠 [line.com/wisnuarrayid\\_](https://line.com/wisnuarrayid_)  
 🐦 @wisnuarrayid  
 📷 @wisnuarrayid

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### PENDIDIKAN

2017	Politeknik Negeri Jakarta Administrasi Bisnis Terapan
2014	SMAN 46 Jakarta
2011	SMPN 12 Jakarta
2005	SDN Cipete Utara 15 Pagi

### PENGALAMAN ORGANISASI

2019	ANGKASA PURA FAMILY GATHERINT DIVISI REGISTRASI
2018	OCTOBER : MAKRAB ABT PNJ 2018 SEBAGAI PROJECT OFFICER SEPTEMBER : PAWAI KAMPANYE DAMAI PEMILU DIVISI KEAMANAN
2017	June : Ratoe Jaroeh VII ; SAMAN Festival Divisi Event Koordinator July : Promnight SMAN 46 Jakarta Wakil Ketua
2016	September : Buku Tahunan Sekolah Wakil Ketua
2013	Mei : SMPN 12 Wijaya Cup Divisi Event Produksi

### PENGALAMAN EVENT

2018	Maret : SILIWANGI College Flagfootball Juara 2
2017	November : B-Fest (Bussiness Festival) Politeknik Negeri Jakarta sebagai MC
2011	December : Lomba Adzan Tingkat Kecamatan Kebayoran Baru Juara 3

### KEMAMPUAN DASAR

