

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *ONLINE CUSTOMER*
REVIEW PADA TIKTOK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
KABOBS-PREMIUM KEBAB MELALUI AKUN @KABOBS.ID**



SILVANNY GITAKIRANA RAMADHAN

NIM: 1805421042

**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**

2022



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

SILVANNY GITAKIRANA RAMADHAN. Pengaruh *Digital Marketing* dan *Online Customer Review* pada TikTok Terhadap Minat Beli Konsumen Kabobs-Premium Kebab Melalui Akun @kabobs.id. Jurusan Administrasi Niaga. Politeknik Negeri Jakarta 2022.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *digital marketing* dan *online customer review* pada TikTok terhadap minat beli konsumen Kabobs-premium kebab melalui akun @kabobs.id. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi pada penelitian ini merupakan konsumen wanita dan pria, menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode pengambilan *purposive sampling*. Penentuan jumlah sampel menggunakan perhitungan rumus Slovin didapatkan hasil sebanyak 100 orang responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi pustaka, kemudian dalam teknik analisis data dilakukan uji validitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji signifikansi parsial T (uji statistik T), uji signifikansi simultan F (uji statistik F) dan uji koefisien determinasi menggunakan program SPSS versi 26 for windows. Berdasarkan hasil uji secara parsial atau uji statistik T, variabel *digital marketing* berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli konsumen dengan nilai thitung > ttabel sebesar 1,991. Sedangkan variabel *online customer review* berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli konsumen dengan nilai thitung > ttabel sebesar 9,627. Berdasarkan hasil uji secara simultan atau uji statistik F, variabel *digital marketing* dan *online customer review* berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen. Koefisien determinasi diperoleh nilai R sebesar 0,783 yang menunjukkan bahwa 78,3% minat beli konsumen dipengaruhi oleh variabel bebas *digital marketing* dan *online customer review*. Sedangkan 21,7% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, *Online Customer Review*, 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

SILVANNY GITAKIRANA RAMADHAN. *The Influence of Digital Marketing and Online Customer Reviews on TikTok on Consumer Purchase Interest of Kabobs-Premium Kebabs Through the @kabobs.id Account. Department of Commerce Administration. Jakarta State Polytechnic 2022.*

This study aims to determine and analyze the effect of digital marketing and online customer reviews on TikTok on consumer buying interest in Kabobs-premium kebabs through the @kabobs.id account. The research method used in this research is quantitative. The population in this study were female and male consumers, using a non-probability sampling technique with purposive sampling method. Determination of the number of samples using the Slovin formula calculation results obtained as many as 100 respondents. The data collection technique used a questionnaire and literature study, then in the data analysis technique validity test, classical assumption test, multiple linear regression test, partial significance test T (T statistic test), simultaneous significance test F (F statistic test) and coefficient of determination test using SPSS version 26 for windows. Based on the results of the partial test or T statistical test, the digital marketing variable has a significant and significant effect on consumer buying interest with a value of $t_{count} > t_{table}$ of 1,991. While the online customer review variable has an effect and is significant on consumer buying interest with a value of $t_{count} > t_{table}$ of 9.627. Based on the results of the simultaneous test or the F statistical test, the digital marketing and online customer review variables have a simultaneous effect on consumer buying interest. The coefficient of determination obtained an R value of 0.783 which indicates that 78.3% of consumer buying interest is influenced by the independent variables of digital marketing and online customer review. While the other 21.7% were influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *Digital Marketing, Online Customer Review, Consumer Buying Interest.*



POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Silvanny Gitakirana Ramadhan
NIM : 1805421042
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan
Judul Laporan Tugas Akhir : Pengaruh *Digital Marketing* dan *Online Customer Review* pada TikTok Terhadap Minat Beli Konsumen Kabobs-Premium Kebab Melalui Akun @kabobs.id

Depok, 1 September 2022

Pembimbing I

Pembimbing II

Taufik Akbar, M.S.M
NIP 198409132018031001

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

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Niaga

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

Hak Cipta :

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



POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Silvanny Gitakirana Ramadhan
NIM : 1805421042
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan
Judul Laporan Tugas Akhir : Pengaruh *Digital Marketing* dan *Online Customer Review* pada TikTok Terhadap Minat Beli Konsumen Kabobs-Premium Kebab Melalui Akun @kabobs.id

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

Hari : Kamis
Tanggal : 1 September 2022
Waktu : 08.00 s.d 09.00 WIB

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**
TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Taufik Akbar, M.S.M
NIP 198409132018031001

Penguji I : Azwar, S.E., M.M
NIP 195810121990031001

Penguji II : Erlyn Rosalina, S.Hum., M.Pd
NIP 198711122019032011

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan 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, 1 September 2022

Yang Membuat Pernyataan,



Silvanny Gitakirana Ramadhan
NIM 1805421042

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir dengan judul **“Pengaruh *Digital Marketing* dan *Online Customer Review* pada TikTok Terhadap Minat Beli Konsumen Kabobs-Premium Kebab Melalui Akun @kabobs.id”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Terapan (S. Tr) pada program studi Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta. Selain itu, tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk mengimplementasikan ilmu yang didapat selama menjalani pendidikan di Administrasi Bisnis Terapan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini banyak pihak yang terlibat untuk membantu dan mendukung penulis baik secara moril ataupun material untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Sc. H., Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL., M.T selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga sekaligus pembimbing teknis.
3. Ramadhan (Papah), Erly (Mamah), dan keluarga yang selalu memberi dukungan serta mendoakan penulis sehingga diberikan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Husnil Barry, S.E., M.S.M selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Terapan (D4).
5. Taufik Akbar., M.S.M selaku dosen pembimbing materi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan 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.
7. Staf administrasi Jurusan Administrasi Niaga yang telah membantu selama proses pengurusan bidang administrasi untuk penulis.
8. Para sahabat yang selalu bersama dan mendukung penulis dalam suka maupun duka.



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

9. Teman-teman program studi Administrasi Bisnis Terapan angkatan 2018 yang senantiasa saling mendukung dan memberikan semangat dalam menyusun dan menyelesaikan tugas akhir ini.

10. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis yang turut membantu dalam penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian tugas akhir ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai bahan evaluasi bagi penulisan selanjutnya. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca.

Depok, 1 September 2022

Penulis

Silvanny Gitakirana Ramadhan
NIM 1805421042

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Perumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 <i>Digital Marketing</i>	9
2.1.1 Indikator <i>Digital Marketing</i>	9
2.2 <i>Online Customer Review</i>	10
2.2.1 Indikator <i>Online Customer Review</i>	10
2.3 TikTok	10
2.3.1 Strategi aplikasi TikTok	11
2.4 Minat Beli Konsumen	12
2.4.1 Indikator Minat Beli Konsumen	13
2.5 Hasil Penelitian/Jurnal yang Relevan	14
2.6 Deskripsi Konseptual	21
2.7 Perumusan Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	23
3.2 Metode Penelitian	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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.2.1 Populasi dan Sampel	24
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.2.3 Teknik Pengolahan Data	31
3.2.4 Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Hasil Rekapitulasi Data	37
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.2 Hasil Analisis Data.....	37
4.2.1 Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	38
4.2.2 Hasil Uji Realibilitas <i>Pre-Test</i>	42
4.2.3 Karakteristik Responden	43
4.2.4 Rekapitulasi Data Variabel <i>Digital Marketing</i> (X1).....	47
4.2.5 Rekapitulasi Data Variabel <i>Online Customer Review</i> (X2).....	54
4.2.6 Rekapitulasi Data Variabel Minat Beli Konsumen (Y)	60
4.2.7 Analisis Uji Asumsi Klasik.....	68
4.2.8 Analisis Uji Hipotesis	72
4.3 Pembahasan	77
BAB V PENUTUP.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN	84



Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian atau Jurnal yang relevan	14
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	23
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert	27
Tabel 3.3 Operasional Variabel Penelitian	30
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i> Variabel <i>Digital Marketing</i> (X1)	38
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i> Variabel <i>Online Customer Review</i> (X2)	40
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i> Variabel Minat Beli Konsumen (Y)	41
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i> Variabel <i>Digital Marketing</i> (X1)	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i> Variabel <i>Online Customer Review</i> (X2)	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i> Variabel Minat Beli Konsumen (Y)	43
Tabel 4.7 Hasil Rekapitulasi Responden Indikator <i>Interactivity</i>	48
Tabel 4.8 Hasil Rekapitulasi Responden Indikator <i>Dimassification</i>	50
Tabel 4.9 Hasil Rekapitulasi Responden Indikator <i>Asynchronous</i>	52
Tabel 4.10 Hasil Rekapitulasi Responden Indikator <i>Attractiveness</i>	54
Tabel 4.11 Hasil Rekapitulasi Responden Indikator <i>Trustworthiness</i>	56
Tabel 4.12 Hasil Rekapitulasi Responden Indikator <i>Expertise</i>	58
Tabel 4.13 Hasil Rekapitulasi Responden Indikator Minat Transaksional	60
Tabel 4.14 Hasil Rekapitulasi Responden Indikator Minat Refrensial	62
Tabel 4.15 Hasil Rekapitulasi Responden Indikator Minat Prefrensial	64
Tabel 4.16 Hasil Rekapitulasi Responden Indikator Eksploratif	66
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	68
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas	70
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	72
Tabel 4.20 Uji Signifikansi Parsial T	73
Tabel 4.21 Hasil Uji Signifikansi Simultan F	74
Tabel 4.22 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	75
Tabel 4.23 Uji Korelasi Secara Parsial	75



Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna TikTok Pada Tahun 2020	2
Gambar 1.2 Akun TikTok @kabobs.id	4
Gambar 1.3 <i>Review</i> Kabobs-Premium Kebab	5
Gambar 2.1 Deskripsi Konseptual	21
Gambar 4.1 Kategori Responden Berdasarkan Usia	44
Gambar 4.2 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Gambar 4.3 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	45
Gambar 4.4 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Penghasilan/Pendapatan dalam per-bulan	46
Gambar 4.5 Kategori Responden Berdasarkan Mengonsumsi Kabobs - premium kebab dalam sebulan	47
Gambar 4.6 Grafik Histogram Hasil Uji Normalitas	69
Gambar 4.7 Grafik P-Plot Hasil Uji Normalitas	69
Gambar 4.8 Scatterplot	71

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	84
Lampiran 2 Data Tabulasi <i>Pre-Test Digital Marketing</i> (X1)	94
Lampiran 3 Data Tabulasi <i>Pre-Test Online Customer Review</i> (X2)	95
Lampiran 4 Data Tabulasi <i>Pre-Test Minat Beli Konsumen</i> (Y)	96
Lampiran 5 Data Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	97
Lampiran 6 Tabel R Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	101
Lampiran 7 Data Tabulasi Final <i>Digital Marketing</i> (X1)	102
Lampiran 8 Data Tabulasi Final <i>Online Customer Review</i> (X2)	105
Lampiran 9 Data Tabulasi Final Minat Beli Konsumen (Y)	108
Lampiran 10 <i>Output</i> SPSS Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis	111
Lampiran 11 Tabel T	115
Lampiran 12 Tabel F	116
Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup	117



Hak Cipta :

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini, perkembangan teknologi informasi sangat berkembang pesat. Kini telah banyak berbagai media teknologi yang bisa digunakan oleh manusia sebagai alat berkomunikasi. Karena semakin berkembang secara pesatnya internet pada saat ini, video pendek yang ada di berbagai aplikasi secara bertahap atau bahkan menggantikan media arus utama saat ini, seperti majalah, surat kabar, televisi dan media lainnya.

Penyebarannya pun sangat cepat, jangkauan penyebarannya yang luas dan jumlah peserta yang banyak. Dengan pesatnya perkembangan teknologi, telah memberikan dorongan besar untuk penyebaran video pendek. Secara umum, video pendek memiliki pengertian sebagai salah satu bentuk karya paling *simple* dengan durasi di bawah 60 menit. Meski begitu, dalam pembuatan video pendek juga harus tetap menyiapkan materi dengan sebaik-baiknya. Idealnya, materi video atau film pendek haruslah singkat, padat, dan isi konten yang menarik.

TikTok merupakan sebuah platform berisikan video pendek yang memungkinkan pengguna untuk berimajinasi dan mengekspresikan ide secara bebas dalam bentuk video pendek. Video tersebut dapat dibagikan kepada seluruh pengguna TikTok lainnya di berbagai dunia. Selain untuk hiburan, banyak juga para penjual yang mulai melakukan promosi melalui aplikasi tersebut. Dengan konten dan cara promosi yang menarik, banyak para pengguna TikTok yang menjadi penasaran dan tertarik untuk melihat isi video pendek tersebut.

Saat ini, TikTok merupakan platform yang sangat menonjol untuk berbagai pengiklan dan pemasar. Banyak orang yang tertarik untuk melakukan promosi penjualan di TikTok karena kekuatan penyebarannya yang luar biasa cepat. Penyampaian informasi pada promosi yang ada di TikTok cenderung menggunakan banyak orang untuk *review* suatu produk dengan gaya bicara yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat sehingga video tersebut menjadi “*trending*” di kalangan masyarakat. Saat ini, aplikasi TikTok memang sudah banyak yang digunakan sebagai pemasaran digital oleh para penjual untuk

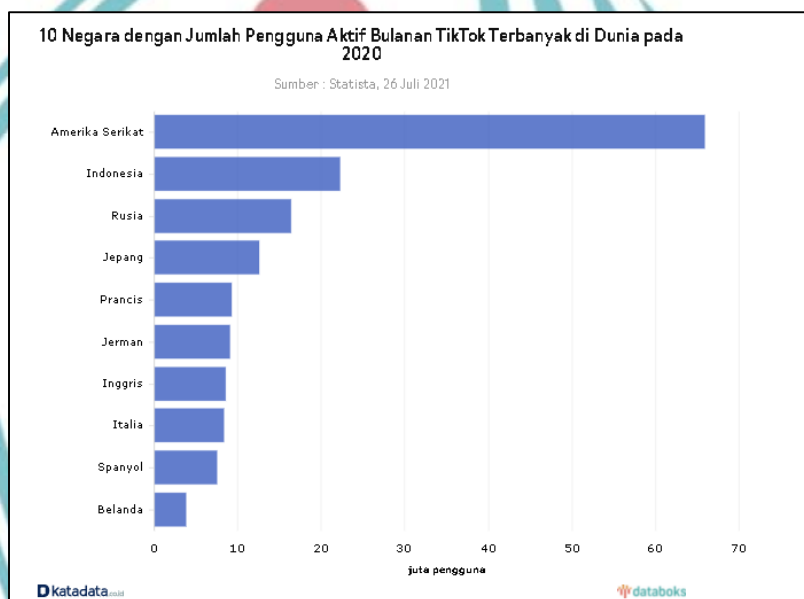


Hak Cipta :

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

mengenalkan produknya. Berdasarkan data pada Gambar 1.1 menunjukkan bahwa pada tahun 2020 Indonesia merupakan pasar kedua terbesar TikTok di dunia.

Total pengguna aktif aplikasi TikTok adalah sebanyak 22,2 juta pengguna. Ada beberapa promosi yang sering lewat di beranda TikTok seperti promosi sebuah produk terbaru, produk make up, promosi tempat nongkrong atau kafe dan yang lainnya. Perkembangan internet ini telah menghadirkan interaksi baru bagi masyarakat luas. Internet sudah menjadi sumber informasi sebagai sebuah alat komunikasi dan sebagai alat hiburan. Masyarakat dapat dengan mudah untuk berinteraksi dengan siapa saja dan kapan saja.



Gambar 1.1 Data Pengguna TikTok Pada Tahun 2020

Sumber: katadata.co.id, 2020

Internet sendiri sudah memasuki dalam dunia bisnis salah satunya dalam hal strategi pemasaran. Semua orang yang ingin berbisnis kini bisa membuat strategi pemasaran dengan sebuah digital konten dalam mempromosikan produknya ke para konsumen dengan menyebarkan konten yang telah dibuat secara menarik ke media sosial. Dengan kemunculan internet ini, dapat membawa pengaruh yang cukup besar dalam dunia bisnis khususnya dalam pemasaran yang dilakukan di media sosial. Pemasaran secara *online* inilah yang disebut dengan *digital marketing* (pemasaran digital).



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

Digital marketing (pemasaran digital) merupakan penggunaan atau pemanfaatan teknologi dalam membantu melakukan suatu aktivitas pemasaran dengan tujuan memberikan informasi kepada konsumen (Caffey, 2013). Dengan *digital marketing*, komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu dan bisa mendunia. Dengan jumlah pengguna sosial media yang banyak dapat membuka peluang bagi para pengusaha untuk mengembangkan pasarnya hanya dengan genggam *smartphone*.

Terdapat beberapa platform media sosial yang dapat digunakan seperti TikTok, Instagram, Facebook, Twitter, dan lain-lain. Media sosial selain untuk hiburan sekarang juga digunakan untuk mempromosikan suatu produk. Saat ini, aplikasi TikTok menjadi salah satu platform media sosial yang banyak digunakan untuk kegiatan *digital marketing* ini. Aplikasi TikTok menampilkan banyak fitur-fitur kekinian yang dapat menarik para pengguna TikTok lainnya.

Dalam kegiatan berbelanja *online*, konsumen perlu mencari informasi lebih mengenai produk yang akan dibelinya untuk meminimalkan dampak negatif yang didapat. Cara yang mudah untuk mendapatkan informasi tersebut adalah dengan melihat ulasan atau *review* dan melihat peringkat atau rating pada suatu toko. Dengan adanya *review*, akan membangun kepercayaan konsumen pada usaha yang dijalankan. Khammash (2008:79) mengatakan *online customer review* dapat dipahami sebagai salah satu media konsumen dengan melihat *review* dari konsumen lain terhadap suatu produk, layanan perusahaan dan tentang bagaimana sebuah perusahaan produsen.

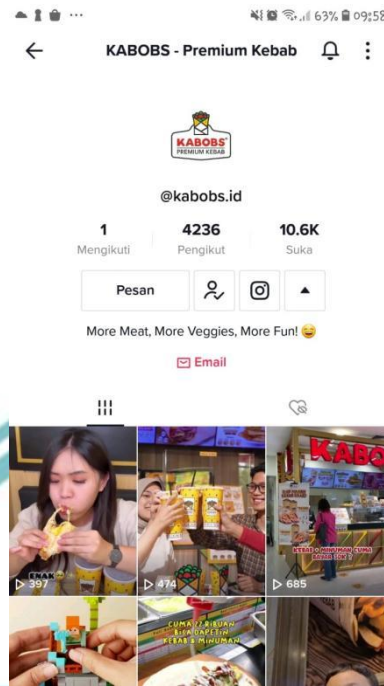
Kabobs-Premium Kebab adalah bidang usaha kuliner yang mengedepankan unsur premium, baik dalam segi produk, pelayanan, maupun suasana gerai. Resto ini sudah tersebar di berbagai cabang dan sudah eksis di sejumlah kota besar di pulau jawa. Kabobs-Premium Kebab ini dapat di beli pada beberapa tempat, yaitu Bandung, Jakarta, Depok, Tangerang, Bekasi, Bogor, Cikampek, Karawang, Cianjur, Sukabumi, Tasikmalaya, Sumedang, Garut, Cikoneng, Padalarang, Cimahi, Purwakarta, Subang, Cicalengka, Majalaya, Cirebon, Kuningan, Jatibarang, Tegal, Brebes, Yogyakarta, Semarang, Pekalongan, Solo, Surabaya, Malang, Sidoarjo, dan Gresik.



© 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



Gambar 1.2 Akun TikTok @kabobs.id
Sumber: Akun TikTok @kabobs.id, 2022

Akun TikTok dengan nama @kabobs.id tersebut menjadi salah satu contoh akun TikTok yang digunakan sebagai pemasaran digital. Gun Gunawan merupakan *founder* atau pendiri dari usaha kebab yaitu Kabobs-Premium Kebab. Usaha kabobs telah berdiri sejak tahun 2016. Melalui akun TikTok usaha kebabnya tersebut, menampilkan kebab yang dijual. Akun @kabobs.id memiliki jumlah pengikut sekitar 4236 dengan penonton sebanyak 10.6k, hal ini dapat dilihat pada Gambar 1.2 tersebut. Isi video dari akun tersebut menunjukkan produk dari Kabobs-Premium Kebab yang enak.

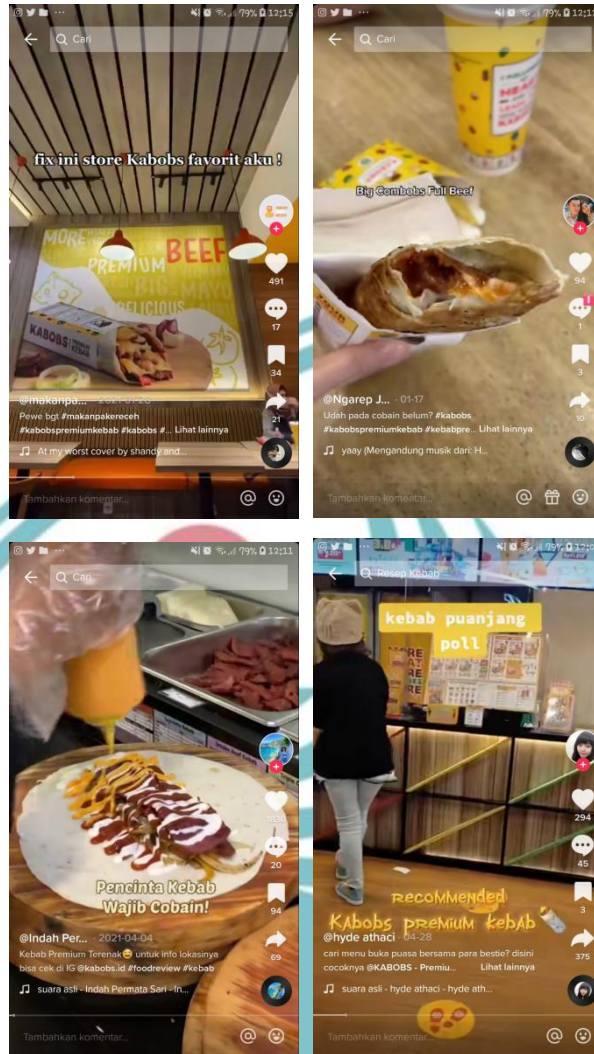
Namun, sayangnya kebab enak yang dibuat tersebut, banyak masyarakat yang kurang melirik dengan kabobs tersebut. Jika dilihat dari isi videonya, Kabobs-Premium Kebab ini kurang memanfaatkan *digital marketing* menggunakan aplikasi TikTok yang ada. Karena kini banyak sekali masyarakat yang mulai mencari inspirasi ketika ingin membeli semua jenis produk, makanan, dan barang melalui aplikasi TikTok.



© 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



Gambar 1.3 Review Kabobs-Premium Kebab

Sumber: Akun TikTok Konsumen Kabobs-Premium Kebab

Saat ini, banyak masyarakat apalagi milenial yang terbiasa juga memberikan ulasan terhadap apa yang mereka beli apa lagi jika hal tersebut memuaskan mereka. Tujuan utama mereka memberikan ulasan atau *review* di media sosial pribadi mereka biasanya karena mereka hanya ingin *update* apa yang mereka makan atau minum, mereka ingin sekedar membagikan bahwa apa yang mereka makan atau minum enak jadi sangat rekomendasi untuk dibeli, juga untuk memberi tahu bahwa makanan atau minuman tersebut sangat wajib untuk dicoba. Pada gambar 1.3 tersebut, ada beberapa *review* dari konsumen Kabobs-Premium Kebab, isi dari *review* tersebut menunjukkan dan menjelaskan mengenai kebab yang dijual kabobs tersebut sangat enak, kebabnya besar, mengenyangkan, dan isiannya tidak pelit. Dari *review* tersebut juga dapat

menarik minat beli konsumen karena konsumen menjadi tidak ragu untuk membeli dan bahkan menjadi tertarik untuk membeli karena tampilan *review* yang menarik karena memperlihatkan kebab yang besar dengan daging dan isian yang banyak, membuat yang melihat jadi ingin beli.

Menurut Nulufi & Murwatiningsih (2015), konsumen yang telah memiliki sikap positif terhadap suatu produk atau merek, akan menimbulkan minat pembelian terhadap produk atau merek tersebut. Banyak cara yang dapat dilakukan supaya usaha dapat dilirik oleh masyarakat atau menarik minat beli konsumen. Dengan melalui aplikasi TikTok, sangat bisa melakukan bagaimana membuat masyarakat mengetahui dan melirik atau melihat usaha yang sedang dijalani tersebut jika dikelola dengan pembuatan pemasaran dalam bentuk video pendek yang menarik pasti akan mendatangkan konsumen karena pelanggan tertarik dan akan semakin banyak orang mengetahui mengenai usaha kebab tersebut.

Dalam mendatangkan konsumen awalnya adalah konsumen melihat usahanya, konsumen tertarik dengan usahanya, konsumen mulai penasaran dengan usahanya, dan konsumen mulai percaya dengan usahanya, cara tersebut dapat dilakukan dengan pemanfaatan platform media TikTok sebagai sebuah *digital marketing*. Dengan adanya fitur-fitur pendukung yang ada pada aplikasi TikTok dapat membuat suatu konten lebih menarik. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti akan mengungkapkan permasalahan pada penelitian ini adalah “Pengaruh *Digital Marketing* dan *Online Customer Review* pada TikTok terhadap Minat Beli Konsumen Kabobs-Premium Kebab melalui Akun @kabobs.id”.

© 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

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

- a. Peran *digital marketing* dalam menarik minat beli konsumen.
- b. Penggunaan aplikasi TikTok sebagai *digital marketing*.
- c. Peran *online customer review* melalui TikTok dalam menarik konsumen.
- d. Pengaruh *digital marketing* dan *online customer review* pada TikTok terhadap minat beli konsumen.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang dan identifikasi masalah yang telah penulis paparkan, supaya penelitian ini lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan, penulis hanya membatasi penelitian mengenai *digital marketing* menggunakan aplikasi TikTok melalui akun @kabobs.id supaya Kabobs-Premium Kebab dapat dikenal lebih luas.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang dan identifikasi masalah yang dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu:

- a. Bagaimana pengaruh *digital marketing* pada TikTok terhadap minat beli konsumen melalui akun @kabobs.id?
- b. Bagaimana pengaruh *online customer review* pada TikTok terhadap minat beli konsumen melalui akun @kabobs.id?
- c. Bagaimana pengaruh *digital marketing* dan *online customer review* pada TikTok terhadap minat beli konsumen melalui akun @kabobs.id?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *digital marketing* pada TikTok terhadap minat beli konsumen melalui akun @kabobs.id.

- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *online customer review* pada TikTok terhadap minat beli konsumen melalui akun @kabobs.id.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *digital marketing* dan *online customer review* pada TikTok terhadap minat beli konsumen melalui akun @kabobs.id.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- 1) Hasil penelitian ini bermanfaat untuk dapat menambah pengalaman serta wawasan dalam penerapan ilmu yang berkaitan dengan melakukan penjualan secara online. Dapat membandingkan teori yang didapat selama perkuliahan dengan hasil penelitian yang dilakukan.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi sebagai pembuatan konten yang lebih menarik dalam upaya membuat Kabobs-Premium Kebab lebih dikenal.

b. Manfaat praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

1) Bagi mahasiswa

Penelitian ini dapat bermanfaat untuk digunakan sebagai pengetahuan dan meningkatkan wawasan bagi mahasiswa mengenai *digital marketing*.

2) Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan sebagai sebuah informasi pengetahuan mengenai strategi bisnis *online*, sehingga dapat memanfaatkan peluang bisnis *online* yang ada.



Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh *digital marketing* dan *online customer review* pada TikTok terhadap minat beli konsumen kabobs-premium kebab melalui Akun @kabobs.id, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. *Digital marketing* melalui TikTok @kabobs.id berpengaruh terhadap minat beli konsumen dan mendapatkan respon yang baik. *Digital marketing* dengan konten menarik membuat konsumen senang melihatnya.
- b. *Online customer review* melalui TikTok @kabobs.id berpengaruh terhadap minat beli konsumen, ulasan tersebut membuat konsumen semakin percaya untuk membeli dan semakin penasaran dengan kabobs-premium kebab.
- c. *Digital marketing* dan *online customer review* melalui TikTok @kabobs.id berpengaruh terhadap minat beli, konsumen menjadi percaya dengan informasi yang diberikan kabobs-premium kebab dan konsumen yakin untuk membeli kabobs-premium kebab. *Digital marketing* memudahkan memberikan review atau ulasan mengenai kabobs-premium kebab.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, *digital marketing* dan *online customer review* terhadap minat beli konsumen, serta kesimpulan yang diperoleh, adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel *digital marketing* memiliki pengaruh yang lebih kecil terhadap minat beli konsumen Kabobs-premium kebab. *Digital marketing* Kabobs-premium kebab untuk dapat lebih ditingkatkan lagi dalam membuat konten-konten yang menarik supaya dapat mengundang konsumen. Apabila konten yang diberikan dengan menarik dan lebih kreatif maka konsumen juga akan penasaran dengan produk yang di promosikan lewat *digital marketing*.

- b. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai perbandingan serta referensi acuan yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam memperdalam penelitian. Serta disarankan agar menggunakan variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini seperti harga, citra merek, promosi penjualan, dan lain sebagainya melalui berbagai sumber referensi yang terkait. Diharapkan paada hasil penelitian tersebut nantinya dapat menjadi sumbangan dan bahan pertimbangan kepada perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran. Diharapkan juga pada riset selanjutnya, karena pada penelitian ini belum ada respon dari orang-orang di atas 35 tahun, dapat melihat respon dari orang-orang di atas 35 tahun bagi peneliti selanjutnya.



© 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





DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Shozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumber Jurnal :

- Ariyanti, A., & Darmanto, R. F. (2020). Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Wardah Cosmetics. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan Vol.17 No.02 - Desember 2020*, p-ISSN 1858-1048 e-ISSN 2654-9247, 143-154.
- As'ari, R. (2018). Pengetahuan dan Sikap Masyarakat dalam Melestarikan Lingkungan Hubungannya dengan Perilaku Menjaga Kelestarian Lingkungan Hubungannya dengan Perilaku Menjaga Kelestarian Kawasan Bukit Sepuluh Ribu di Kota Tasikmalaya. *Jurnal GeoEco, Vol.4, No.1, Januari 2018*, ISSN: 2460-0768 E-ISSN: 2597-6044, 9-18.
- Farida, F., & Anggraeni, A. Pengaruh Efektifitas Promosi Terhadap Niat Beli Konsumen Produk *Skincare* Erto's *Beauty Care* Melalui Media Sosial TikTok. *Jurnal Manajemen, Vol.11, No.1*. 129-144.
- Fauzi, S., & Lina, L.F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review, Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis, Volume 2 No.1, Februari 2021*, e-ISSN : 2721-9062 p-ISSN : 2716-4152, 21-26.
- Istiqomah, L., & Usman, U. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi terhadap Mahasiswa Pengguna Platform Pasar Online). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis, Vol.1, No.1 Maret 2021*, P-ISSN: 2809-655X E-ISSN : 2809-6487, 76-88.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Customer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Management, Volume 6 No.1*. 140.
- Lucyantoro, B, I., & Rachmansyah, M, R. (2017). Penerapan Strategi Digital Marketing Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Online Universitas 45 Surabaya*. hal 40.
- Medhiatika, N, L, M, V. (2018). Promosi Digital Untuk Wisatawan Rusia. *Jurnal Industri Pariwisata, Vol. 1, No. 2*. 100.
- Mumtaz, Z. S., & Saino. (2021). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Promosi dan Trend Glow Up Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan. *Jurnal Manajemen, Vol.13 (2)*. 282-291.
- Nurrokhim, A., & Widyastuti, E. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Online Customer Review, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee di Masa Pandemi Covid-19 dengan Minat Beli sebagai Variabel

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

Intervening. *Journal of Management Digital Business*, 1(2), 2021, ISSN: 2807-2219,121-134.

Pratiwi, G., & Lubis, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan UD Adli Di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 21 Oktober 2021, ISSN: 2807-2219, 121-134.

Shahnaz, N. B. F., & Wahyono. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Kosumen di Toko Online. *Management Analysis Journal*. 390-391.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





Hak Cipta :

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

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* PADA TIKTOK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KABOBS-PREMIUM KEBAB MELALUI AKUN @KABOBS.ID

Yang terhormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi akhir Program Studi Administrasi Bisnis Sarapan, Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta, saya selaku peneliti bermohon untuk kesediaan Saudara/i dan teman-teman untuk mengisi kuesioner ini. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui “Pengaruh *digital marketing* dan *online customer review* pada TikTok terhadap minat beli konsumen Kabobs-premium kebab melalui akun @kabobs.id”. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data primer. Oleh karena itu, saya mohon bantuan dari Saudara/i untuk mengisi atau memberikan penilaian atas beberapa pertanyaan terkait dengan penelitian ini. Jawaban yang saudara/i dan teman-teman berikan akan sangat bermanfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang pemasaran dan minat beli konsumen. Demikian pengantar ini saya buat, atas perhatian dan kerjasama dari seluruh pihak saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Silvanny Gitakirana Ramadhan



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

ENTITAS RESPONDEN

A. Petunjuk Pengisian

1. Mohon kuesioner diisi oleh Bapak/Ibu untuk menjawab seluruh pertanyaan atau pernyataan yang disediakan.
2. Dengan menjawab pertanyaan ini, mohon tidak ada jawaban yang salah.
3. Jawaban yang tersedia berupa skala likert yaitu 1-5 yang memiliki arti sebagai berikut:

STS	: Sangat Tidak Setuju	(1)
TS	: Tidak Setuju	(2)
RG	: Ragu-ragu	(3)
S	: Setuju	(4)
SS	: Sangat Setuju	(5)

Dengan kriteria responden yang dibutuhkan sebagai berikut:

- 1) Pria/Wanita berusia >18 tahun
- 2) Pernah membeli Kabobs-Premium Kebab minimal 1x
- 3) Membeli Kabobs-Premium Kebab karena melihat media sosial dan review di TikTok @kabobs.id

B. Pertanyaan

1. Nama Responden
2. Usia
 - 18 - 23 tahun
 - 24 - 29 tahun
 - 30 - 35 tahun
3. Jenis Kelamin
 - Perempuan
 - Laki-laki
4. Jenis Pekerjaan
 - Pelajar/Mahasiswa
 - Pegawai Negeri
 - Pegawai Swasta
 - Lainnya

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

5. Penghasilan/Pendapatan dalam per-bulan
 - < Rp 2.000.000
 - Rp 2.000.000 - Rp 4.000.000
 - Rp 4.000.000 - Rp 6.000.000
 - > Rp 6.000.000
6. Sudah berapa kali Anda mengkonsumsi Kabobs-premium kebab dalam sebulan
 - 1 - 5 kali
 - 6 - 10 kali
 - > 10 kali

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

<i>Digital Marketing</i>						
No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	SS
Interaktiviti						
1	Melalui media digital pada akun TikTok @kabobs.id memudahkan saya dalam berinteraksi dengan penjual.					
2	Media digital pada akun TikTok @kabobs.id dapat memberikan komunikasi yang terjalin sangat interaktif sehingga saya bisa berkomunikasi dengan lebih akurat dan efektif.					
3	Media digital pada akun TikTok @kabobs.id memudahkan saya berkomunikasi dengan banyak orang.					
4	Dengan unggahan video pada akun TikTok @kabobs.id membuat saya tertarik untuk memberikan like dan komentar.					
5	Dengan unggahan video pada akun TikTok @kabobs.id saya dapat mengetahui berbagai produk yang ada.					



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

6	Musik dan Informasi yang diberikan pada video akun TikTok @kabobs.id membuat saya tertarik.					
7	Dengan menggunakan hastag yang diberikan pada akun TikTok @kabobs.id memudahkan saya untuk menemukan produk.					
Dimassification						
8	Melalui akun TikTok @kabobs.id merupakan sumber informasi yang dapat memudahkan saya.					
9	Dengan membaca komentar yang ada pada video akun TikTok @kabobs.id membuat saya merasa yakin untuk membeli produk.					
10	Dengan adanya akun TikTok @kabobs.id memudahkan saya berkomunikasi dengan pelanggan lainnya.					
11	Melalui media digital dapat memudahkan saya dalam saling bertukar informasi dengan banyak orang.					
12	Melalui akun TikTok @kabobs.id dapat memudahkan saya dalam memilih dan melakukan pembelian suatu produk.					
13	Dengan adanya informasi yang diberikan pada akun penjual membuat saya mudah menemukan informasi mengenai produk.					
14	Adanya produk yang di review oleh orang yang sudah mencoba kabobs-premium kebab membuat saya yakin untuk membeli.					
Asynchronous						
15	Media digital pada akun TikTok @kabobs.id dapat memudahkan saya dalam mengirimkan pesan sesuai waktu yang saya inginkan.					



© 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

16	Media digital pada akun TikTok @kabobs.id dapat untuk menerima pesan dan informasi kapanpun saya mau.					
17	Saya dapat dengan cepat mengetahui informasi mengenai semua produk dengan unggahan video dari akun TikTok @kabobs.id.					
18	Saya dapat mencari informasi produk apapun yang saya inginkan dengan melihat postingan pada akun TikTok @kabobs.id.					
19	Media Sosial menjadi sumber informasi tercepat dalam digital marketing.					
20	Media sosial lain yang digunakan seperti Instagram, Whatsapp, TikTok, dan Facebook memudahkan saya untuk berinteraksi secara langsung.					
21	Dengan adanya fitur share memudahkan saya untuk membagikan video penjual ke orang lain.					

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

Online Customer Review						
No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	SS
Attractiveness						
1	Saya selalu tertarik untuk membaca ulasan produk (review) pada akun TikTok @kabobs.id ketika mencari informasi produk yang saya inginkan.					
2	Saya tertarik membeli suatu produk setelah membaca ulasan produk pada akun TikTok @kabobs.id.					
3	Saya merasa tertarik membeli suatu produk dengan melihat seseorang mereview produk kabobs-premium kebab dengan cara yang unik dan menarik.					
4	Saya merasa mendapatkan manfaat dari adanya online customer review.					
5	Semakin banyak jumlah review positif pada kabobs-premium kebab maka semakin baik reputasi produk tersebut.					
6	Saya merasa tertarik terhadap setiap postingan yang diunggah akun TikTok @kabobs.id.					
7	Saya merasa tertarik dengan video produk yang diunggah pada akun TikTok penjual.					
Trustworthiness						
8	Adanya review dari konsumen pada akun TikTok @kabobs.id membuat saya lebih percaya untuk berbelanja melalui online.					
9	Saya menawarkan suatu produk kepada orang lain setelah membaca ulasan produk pada akun TikTok @kabobs.id.					



© 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

10	Review positif pada akun TikTok @kabobs.id mempengaruhi pendapat saya terhadap produk tersebut.				
11	Dengan adanya review suatu produk dari konsumen lain memberikan saya informasi mengenai kelebihan dan kekurangan produk tersebut.				
12	Saya merasa banyaknya Online Customer Review menandakan toko tersebut terpercaya.				
13	Media sosial akun TikTok @kabobs.id dapat dipercaya.				
14	Review produk yang dibagikan memberikan informasi yang benar.				
Expertise					
15	Saya membuat ulasan produk (review) setelah membeli produk di kabobs-premium kebab.				
16	Saya lebih paham setelah membaca suatu ulasan (review) produk di akun TikTok @kabobs.id.				
17	Saya merasa online customer review pada akun TikTok @kabobs.id meningkatkan efektivitas belanja online saya.				
18	Saya merasa online review pada akun TikTok @kabobs.id memungkinkan saya untuk mendapatkan informasi yang penting.				
19	Saya selalu membaca dan membandingkan ulasan produk (review) pada produk yang sama dan sejenis.				
20	Tampilan pada kebab yang ditunjukkan kabobs-premium kebab mengunggah selera.				



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

21	Kabobs-premium kebab memiliki kualitas yang baik.					
----	---	--	--	--	--	--

Minat Beli Konsumen						
No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	SS
Minat Transaksional						
1	Saya tertarik membeli kebab di kabobs-premium kebab karena tampilan kebab yang menggiurkan.					
2	Saya berminat membeli kebab setelah melihat unggahan pada akun TikTok @kabobs.id.					
3	Saya berminat untuk membeli karena mengetahui bahwa kualitas bagus melalui akun TikTok @kabobs.id.					
4	Saya tertarik membeli karena pelayanan yang ramah pada kabobs-premium kebab.					
5	Saya akan mencari Kabobs-premium kebab di tempat terdekat.					
6	Saya memiliki keinginan untuk membeli produk kabobs-premium kebab yang saya lihat di akun TikTok @kabobs.id.					
7	Saya berminat membeli setelah mendapatkan informasi yang akurat atau dapat dipercaya melalui TikTok kabobs-premium kebab.					
Minat Refrensial						
8	Saya akan merekomendasikan kabobs-premium kebab kepada teman atau kerabat karena produknya memuaskan saya.					



© 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

9	Saya akan merekomendasikan kabobs-premium kebab sesuai dengan pengalaman saya.					
10	Saya akan merekomendasikan kabobs-premium kebab kepada teman atau kerabat setelah mendapatkan informasi yang akurat.					
11	Saya akan merekomendasikan kabobs-premium kebab kepada teman atau kerabat karena mempunyai kualitas yang bagus.					
12	Saya berminat pada suatu produk apabila banyak review dan rekomendasi sehingga tertarik untuk membelinya.					
13	Saya berminat memberikan tanggapan setelah membeli kabob-premium kebab.					
14	Saya mendapatkan review atau rekomendasi mengenai produk dari media sosial.					
Minat Prefrensial						
15	Dengan pengenalan produk melalui unggahan pada akun TikTok @kabobs.id yang unik dapat menarik perhatian saya dalam membeli produknya.					
16	Saya berminat membeli kebab di kabobs-premium kebab karena melihat konten yang dibuat menarik pada akun TikTok @kabobs.id.					
17	Saya berminat membeli karena postingan yang menarik pada akun TikTok @kabobs.id.					
18	Saya berminat membeli kabobs-premium kebab karena penasaran dengan rasanya setelah melihat produk lewat di media sosial.					



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

19	Saya tertarik membeli kebab di kabobs-premium kebab karena pelayanan yang cepat tanggap dan ramah kepada konsumennya.					
20	Saya memilih kabobs-premium kebab karena produk tersebut berbeda dengan produk lain.					
21	Saya berminat membeli karena postingan yang ditunjukkan berkualitas.					
Minat Eksploratif						
22	Penyampaian informasi pada akun TikTok @kabobs.id yang jelas dapat memudahkan saya untuk mengingat informasinya.					
23	Saya akan mencari tahu lebih dalam mengenai produk sebelum membeli.					
24	Saya tertarik untuk membeli kabobs-premium kebab setelah mendapatkan informasi yang saya butuhkan.					
25	Saya tidak mendapatkan hambatan dalam memperoleh informasi mengenai produk lewat akun TikTok @kabobs.id.					
26	Saya tertarik membelinya setelah mendapatkan informasi produk dari teman atau kerabat saya.					
27	Saya menanyakan langsung mengenai produk kabobs-premium kebab melalui komentar atau direct message.					
28	Setelah mencari informasi dari orang lain saya berminat untuk membeli.					

Lampiran 2. Data Tabulasi Pre-Test Digital Marketing (X1)

DATA TABULASI PRE-TEST DIGITAL MARKETING (X1)

No	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Diarangi mengutip 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 m
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 Diarangi mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
 tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 3 Data Tabulasi Pre-Test Online Customer Review (X2)

DATA TABULASI PRE-TEST ONLINE CUSTOMER REVIEW (X2)

No	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

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

Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 4 Data Tabulasi *Pre-Test* Minat Beli Konsumen (Y)

DATA TABULASI *PRE-TEST* MINAT BELI KONSUMEN (Y)

No	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Di larang 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 m
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 Di larang mengumbar dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
 tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5. Data Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Data Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Pre-Test* variabel *digital marketing* (X1) dan *online customer review* (X2) terhadap minat beli konsumen Kabobs-premium kebab melalui akun @kabobs.id

a. Hasil Uji Validitas *Pre-test*

Uji Validitas *Pre-test Digital Marketing* (X1)

X1_1	Pearson Correlation	,718**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X1_2	Pearson Correlation	,555**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	30
X1_3	Pearson Correlation	,405*
	Sig. (2-tailed)	,026
	N	30
X1_4	Pearson Correlation	,663**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X1_5	Pearson Correlation	,721**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X1_6	Pearson Correlation	,616**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X1_7	Pearson Correlation	,603**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X1_8	Pearson Correlation	,657**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X1_9	Pearson Correlation	,691**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30

X1_10	Pearson Correlation	,135
	Sig. (2-tailed)	,478
	N	30
X1_11	Pearson Correlation	,392*
	Sig. (2-tailed)	,032
	N	30
X1_12	Pearson Correlation	,452*
	Sig. (2-tailed)	,012
	N	30
X1_13	Pearson Correlation	,516**
	Sig. (2-tailed)	,004
	N	30
X1_14	Pearson Correlation	,450*
	Sig. (2-tailed)	,012
	N	30
X1_15	Pearson Correlation	,741**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X1_16	Pearson Correlation	,495**
	Sig. (2-tailed)	,005
	N	30
X1_17	Pearson Correlation	,638**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X1_18	Pearson Correlation	,718**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30

X1_19	Pearson Correlation	,440*
	Sig. (2-tailed)	,015
	N	30
X1_20	Pearson Correlation	,669**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X1_21	Pearson Correlation	,429*
	Sig. (2-tailed)	,018
	N	30
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

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 m
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 Di larang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
 tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Uji Validasi *Pretest Online Customer Review (X2)*

Diarung 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 m
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 Diarung mengumarkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
 tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

X2_1	Pearson Correlation	,573**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	30
X2_2	Pearson Correlation	,368*
	Sig. (2-tailed)	,045
	N	30
X2_3	Pearson Correlation	,650**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X2_4	Pearson Correlation	,646**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X2_5	Pearson Correlation	,506**
	Sig. (2-tailed)	,004
	N	30
X2_6	Pearson Correlation	,756**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X2_7	Pearson Correlation	,695**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X2_8	Pearson Correlation	,742**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X2_9	Pearson Correlation	,333
	Sig. (2-tailed)	,072
	N	30

X2_10	Pearson Correlation	,233
	Sig. (2-tailed)	,216
	N	30
X2_11	Pearson Correlation	,429*
	Sig. (2-tailed)	,018
	N	30
X2_12	Pearson Correlation	,521**
	Sig. (2-tailed)	,003
	N	30
X2_13	Pearson Correlation	,745**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X2_14	Pearson Correlation	,855**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X2_15	Pearson Correlation	,481**
	Sig. (2-tailed)	,007
	N	30
X2_16	Pearson Correlation	,391*
	Sig. (2-tailed)	,033
	N	30
X2_17	Pearson Correlation	,774**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X2_18	Pearson Correlation	,713**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30

X2_19	Pearson Correlation	,639**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X2_20	Pearson Correlation	,494**
	Sig. (2-tailed)	,006
	N	30
X2_21	Pearson Correlation	,342
	Sig. (2-tailed)	,064
	N	30
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30



Uji Validitas *Pretest* Minit Beli Konsumen (Y)

Diarung mengutip se...
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu m...
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 Diarung mengumunikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Y_1	Pearson Correlation	,240
	Sig. (2-tailed)	,202
	N	30
Y_2	Pearson Correlation	,488**
	Sig. (2-tailed)	,006
	N	30
Y_3	Pearson Correlation	,425*
	Sig. (2-tailed)	,019
	N	30
Y_4	Pearson Correlation	,757**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
Y_5	Pearson Correlation	,621**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
Y_6	Pearson Correlation	,837**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
Y_7	Pearson Correlation	,686**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
Y_8	Pearson Correlation	,698**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
Y_9	Pearson Correlation	,311
	Sig. (2-tailed)	,095
	N	30

Y_10	Pearson Correlation	,681**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
Y_11	Pearson Correlation	,611**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	29
Y_12	Pearson Correlation	,772**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
Y_13	Pearson Correlation	,694**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
Y_14	Pearson Correlation	,556**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	30
Y_15	Pearson Correlation	,777**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
Y_16	Pearson Correlation	,622**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
Y_17	Pearson Correlation	,697**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
Y_18	Pearson Correlation	,618**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30

Y_19	Pearson Correlation	,658**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
Y_20	Pearson Correlation	,342
	Sig. (2-tailed)	,064
	N	30
Y_21	Pearson Correlation	,336
	Sig. (2-tailed)	,070
	N	30
Y_22	Pearson Correlation	,553**
	Sig. (2-tailed)	,002
	N	30
Y_23	Pearson Correlation	,484**
	Sig. (2-tailed)	,007
	N	30
Y_24	Pearson Correlation	,585**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	30
Y_25	Pearson Correlation	,542**
	Sig. (2-tailed)	,002
	N	30
Y_26	Pearson Correlation	,715**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
Y_27	Pearson Correlation	,436*
	Sig. (2-tailed)	,016
	N	30

Y_28	Pearson Correlation	,559**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	30
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

IT
NEGERI
JAKARTA

- b. Hasil Uji Keandalan *Pre-Test*
Uji Reliabilitas *Pre-Test Digital Marketing (X1)*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,898	15

- Uji Reliabilitas *Pre-Test Online Customer Review (X2)*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,907	15

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,933	20

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 m
 b. Pengutipan tidak meriakan kepentingan yang belajar Politeknik Negeri Jakarta
 Dilarang mengumarkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
 tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Politeknik Negeri Jakarta


 Lampiran 6 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 7 - Data Tabulasi Final *Digital Marketing* (X1)

Data Tabulasi Final *Digital Marketing* (X1)

	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10	X1_11	X1_12	X1_13	X1_14	X1_15	Total
1	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	72
2	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	67
3	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	69
4	4	4	4	5	3	4	5	5	3	5	4	3	4	4	4	61
5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	69
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
7	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	65
8	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	70
9	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	69
10	4	3	5	5	5	4	5	2	4	5	5	4	2	4	2	59
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
12	5	4	2	5	4	5	4	4	3	5	4	5	3	5	5	63
13	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	72
14	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	70
15	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	69
16	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	66
17	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	68
18	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	67
19	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	69
20	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	72
21	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	73
22	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	69
23	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	69
24	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	62
25	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	70
26	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	64
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
28	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	67
29	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	68
30	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	68

Diarangi 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 m
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 Diarangi mengumumkkan dan memperbanyak 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 m
 tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Politeknik Negeri Jakarta

**Daftar Cipta :
Politeknik Negeri Jakarta**

4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	69
5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	71
6	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	66
7	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	72
8	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	66
9	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	59
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	65
11	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	63
12	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	69
13	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	68
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	62
15	4	5	4	5	4	5	4	5	5	3	4	4	4	65
16	2	5	5	2	5	5	3	5	5	4	4	5	3	62
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	2	59
18	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	73
19	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	67
20	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	71
21	4	5	3	4	4	5	4	5	5	5	3	3	5	63
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	73
23	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	56
24	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	65
25	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	73
26	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	70
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
28	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	69
29	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	70
30	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
31	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	70
32	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	64
33	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	66

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis atau hasil penelitian, atau seluruhnya atau sebagian dari karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu materi

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

61	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	67
62	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	68
63	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	69
64	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	3	3	5	4	5	66
65	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	70
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
67	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	67
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
69	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	70
70	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	3	5	4	5	5	67
71	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	63
72	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	66
73	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	67
74	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	67
75	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	64
76	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	67
77	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	56
78	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	67
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
80	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	68
81	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	66
82	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	73
83	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	68
84	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	67
85	4	3	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	65
86	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	59
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	61
88	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	72
89	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	64
90	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	71
91	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	68
92	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	67
93	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	70
94	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	5	63
95	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	54
96	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	58
97	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3	59
98	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	73
99	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	64
100	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	45

Diarangi 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 kitab, penulisan karya tulis atau untuk keperluan lain tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 Diarangi mengemukakan dan menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kitab, penulisan karya tulis atau untuk keperluan lain tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 8 Data Tabulasi Final Online Customer Review (X2)

Data Tabulasi Final Online Customer Review (X2)

X1	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	X2_9	X2_10	X2_11	X2_12	X2_13	X2_14	X2_15	Total
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	74
2	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	71
3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	2	4	5	4	4	64
4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	5	5	66
5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	68
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	59
7	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	67
8	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	64
9	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	69
10	2	4	2	3	3	4	5	4	5	3	2	4	2	5	5	55
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
12	5	4	3	5	4	5	5	3	5	4	4	5	4	4	4	63
13	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	71
14	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	70
15	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	70
16	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	65
17	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	70
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
19	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	65
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	74
21	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
22	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	69
23	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	69
24	4	4	3	3	3	5	4	4	4	2	4	3	4	4	5	59
25	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	67
26	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	74
28	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	66
29	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	68
30	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	68

34	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	69
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	74
36	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	68
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	74
38	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	67
39	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	62
40	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
41	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	66
42	4	5	5	4	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	63
43	5	4	3	3	2	5	4	5	4	2	3	4	5	5	64
44	3	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	5	59
45	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	72
46	3	4	4	4	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	65
47	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	72
48	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	3	5	4	5	64
49	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	70
50	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	51
51	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	66
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	73
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
55	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	70
56	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	70
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
58	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	72
59	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	66
60	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	65

ta milik Politeknik Negeri Jakarta

ak Cipta :

Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu materi
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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



4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	72
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	67
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	70
4	4	5	4	3	4	5	5	5	5	5	4	5	4	67
5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	71
5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	66
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	65
4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	67
5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	61
5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	65
4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	68
4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	69
3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	57
4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	64
3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	56
5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	68
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	69
5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	66
5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	67
5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	67
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	4	4	4	67
5	5	4	4	5	5	5	4	4	3	5	4	4	5	67
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	60
4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	4	65
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	64
4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	71
5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	70
4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	69
5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	68
4	4	5	4	3	3	4	3	4	5	4	5	4	4	58
3	3	3	4	3	5	4	5	4	5	5	4	5	4	60
4	5	3	3	3	5	5	4	4	2	4	4	4	5	59
4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	55
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	73
5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	68
2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	65

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis, tanpa menyebutkan sumbernya
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu karya
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 Politeknik Negeri Jakarta
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis, tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

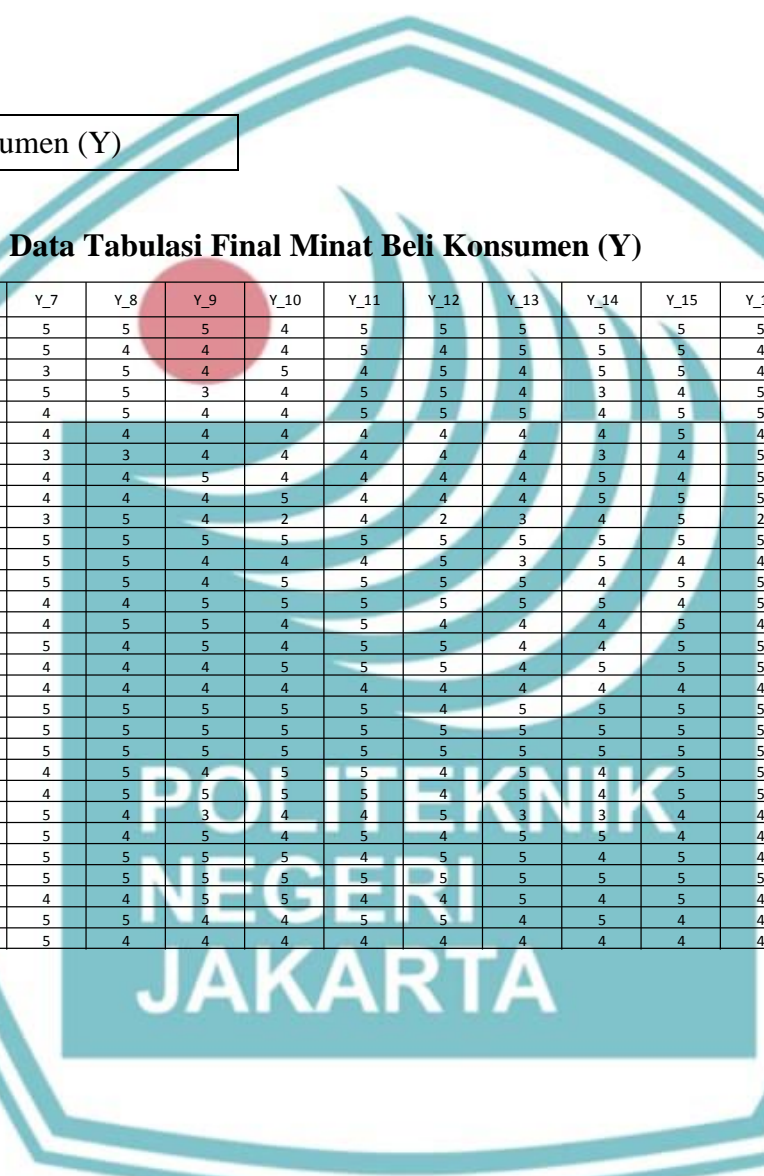
Lampiran 9 Data Tabulasi Final Minat Beli Konsumen (Y)

Data Tabulasi Final Minat Beli Konsumen (Y)

No	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9	Y_10	Y_11	Y_12	Y_13	Y_14	Y_15	Y_16	Y_17	Y_18	Y_19	Y_20	Total
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99
2	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	94
3	5	5	5	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	89
4	5	5	5	3	5	5	5	5	3	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	87
5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	92
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	81
7	5	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	82
8	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	86
9	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	89
10	2	4	4	4	4	3	3	5	4	2	4	2	3	4	5	2	4	5	4	5	73
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	99
12	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	3	5	4	4	5	3	4	5	86
13	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	96
14	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	93
15	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	90
16	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	90
17	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	91
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
19	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	94
20	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
21	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99
22	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	92
23	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	93
24	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	3	4	4	76
25	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	90
26	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	89
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
28	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	89
29	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	90
30	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	88

Diarung 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 m
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 Diarung mengumukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ta milik Politeknik Negeri Jakarta



31	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	89
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
33	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	92	
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	
35	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	87	
36	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	82	
37	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	92	
38	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	81	
39	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	91	
40	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	91	
41	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	85	
42	4	5	5	4	5	4	4	3	5	5	5	5	4	4	5	4	5	88	
43	4	5	5	5	4	4	5	2	4	5	5	5	3	4	5	3	4	85	
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	79	
45	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99	
46	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	5	5	2	3	78	
47	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	92	
48	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	3	3	5	4	3	5	4	87	
49	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	89	
50	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	71	
51	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	86	
52	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	98	
53	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	93	
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80	
55	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	94	
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	81	
58	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	94	
59	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	87	
60	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	91	



ak Cipta :
 Diarangi 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 m
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

61	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	94
62	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	92
63	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	87	
64	5	4	4	3	4	4	3	5	5	4	4	5	4	4	4	3	5	83	
65	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	94	
66	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83	
67	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	89	
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	
69	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	96	
70	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	89	
71	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	83	
72	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	85	
73	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	93	
74	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	92	
75	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	82	
76	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	85	
77	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	79	
78	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	90	
79	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	90	
80	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	90	
81	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	88	
82	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	90	
83	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	92	
84	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	87	
85	5	5	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	5	5	5	4	88	
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	82	
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	85	
88	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	96	
89	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	84	
90	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	94	
91	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5	90	
92	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	92	
93	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	90	
94	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	4	4	5	4	4	5	4	83	
95	5	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	3	3	4	3	4	3	80	
96	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	5	3	4	4	5	77	
97	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	71	
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	
99	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	90	
100	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	88	

Politeknik Negeri Jakarta

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





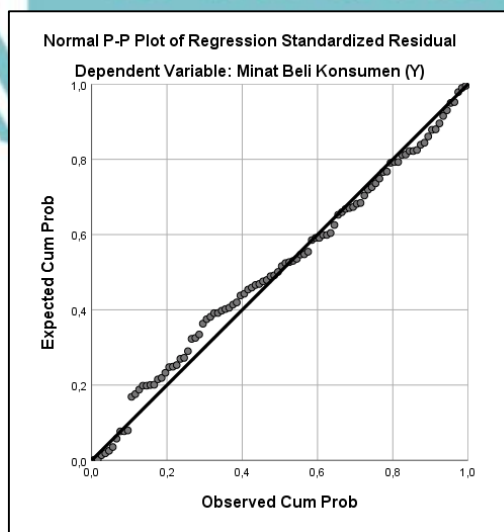
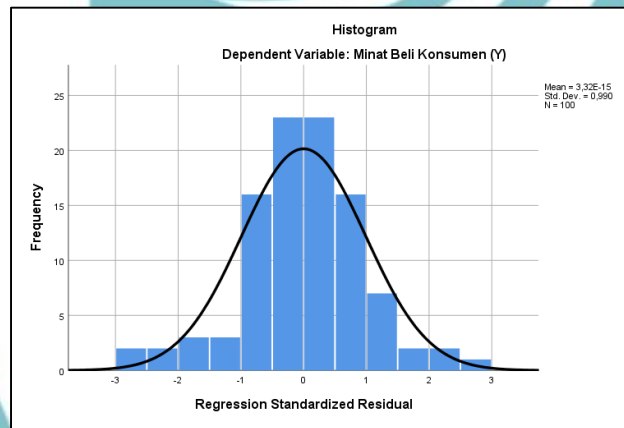
Lampiran 10 Output SPSS Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis

Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,07071216
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,043
	Negative	-,074
Test Statistic		,074
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

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



Hak Cipta :

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

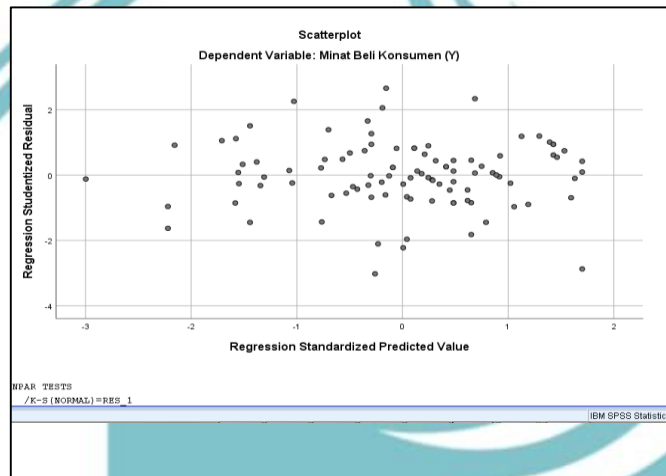


b) Uji Multikolonieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10,035	4,332		2,316	,023		
	Digital Marketing (X1)	,203	,102	,156	1,991	,049	,364	2,744
	Online Customer Review (X2)	,979	,102	,755	9,627	,000	,364	2,744

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen (Y)

c) Uji Heteroskedastisitas



2. Uji Hipotesis

a) Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10,035	4,332		2,316	,023		
	Digital Marketing (X1)	,203	,102	,156	1,991	,049	,364	2,744
	Online Customer Review (X2)	,979	,102	,755	9,627	,000	,364	2,744

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen (Y)

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

b) Uji Signifikansi Parsial T (Uji Statistik T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10,035	4,332		2,316	,023		
	Digital Marketing (X1)	,203	,102	,156	1,991	,049	,364	2,744
	Online Customer Review (X2)	,979	,102	,755	9,627	,000	,364	2,744

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen (Y)

c) Uji Signifikansi Simultan F (Uji Statistik F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3359,262	2	1679,631	174,531	,000 ^b
	Residual	933,498	97	9,624		
	Total	4292,760	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen (Y)
b. Predictors: (Constant), Online Customer Review (X2), Digital Marketing (X1)

d) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,885 ^a	,783	,778	3,10221

a. Predictors: (Constant), Online Customer Review (X2), Digital Marketing (X1)
b. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen (Y)



e) Uji Korelasi Secara Parsial

		Correlations		
		Digital Marketing (X1)	Online Customer Review (X2)	Minat Beli Konsumen (Y)
Digital Marketing (X1)	Pearson Correlation	1	,797**	,758**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
Online Customer Review (X2)	Pearson Correlation	,797**	1	,880**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
Minat Beli Konsumen (Y)	Pearson Correlation	,758**	,880**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

Hak Cipta :

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





lampiran 11 Tabel T

DK	untuk uji dua arah					
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01
	untuk uji satu arah					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
60	0,678600721	1,295821094	1,670648865	2,000297822	2,390119473	2,660283029
61	0,678532972	1,295584571	1,670219484	1,999623585	2,389047402	2,658857127
62	0,678467421	1,295355762	1,669804163	1,998971517	2,388010775	2,657478565
63	0,678403961	1,295134294	1,669402222	1,998340543	2,387007863	2,656145025
64	0,678342494	1,29491982	1,669013025	1,997729654	2,386037049	2,654854337
65	0,678282928	1,294712013	1,668635976	1,997137908	2,385096816	2,653604469
66	0,678225175	1,294510568	1,668270514	1,996564419	2,38418574	2,652393515
67	0,678169155	1,294315197	1,667916114	1,996008354	2,383302488	2,651219685
68	0,67811479	1,294125629	1,667572281	1,995468931	2,382445803	2,650081299
69	0,678062008	1,293941609	1,667238549	1,994945415	2,381614505	2,648976774
70	0,678010741	1,293762898	1,666914479	1,994437112	2,380807482	2,647904624
71	0,677960925	1,293589269	1,666599658	1,993943368	2,380023686	2,646863444
72	0,677912499	1,293420507	1,666293696	1,993463567	2,379262129	2,645851913
73	0,677865405	1,293256413	1,665996224	1,992997126	2,378521878	2,644868782
74	0,67781959	1,293096793	1,665706893	1,992543495	2,37780205	2,643912872
75	0,677775001	1,292941469	1,665425373	1,992102154	2,377101812	2,642983067
76	0,677731591	1,292790268	1,665151353	1,99167261	2,376420376	2,642078313
77	0,677689313	1,292643029	1,664884537	1,991254395	2,375756994	2,641197611
78	0,677648124	1,292499597	1,664624645	1,990847069	2,375110958	2,640340015
79	0,677607981	1,292359828	1,664371409	1,99045021	2,374481597	2,639504627
80	0,677568846	1,292223583	1,664124579	1,990063421	2,373868273	2,638690596
81	0,677530682	1,29209073	1,663883913	1,989686323	2,373270381	2,637897113
82	0,677493451	1,291961144	1,663649184	1,989318557	2,372687346	2,63712341
83	0,677457122	1,291834705	1,663420175	1,98895978	2,372118621	2,636368757
84	0,67742166	1,291711301	1,663196679	1,988609667	2,371563686	2,635632458
85	0,677387037	1,291590824	1,6629785	1,988267907	2,371022045	2,634913852
86	0,677353221	1,291473171	1,662765449	1,987934206	2,370493226	2,634212309
87	0,677320186	1,291358243	1,662557349	1,987608282	2,369976779	2,633527229
88	0,677287904	1,291245948	1,662354029	1,987289865	2,369472275	2,632858038
89	0,67725635	1,291136195	1,662155326	1,9869787	2,368979304	2,632204191
90	0,6772255	1,291028899	1,661961084	1,986674541	2,368497476	2,631565166
91	0,67719533	1,290923979	1,661771155	1,986377154	2,368026417	2,630940463
92	0,677165819	1,290821356	1,661585397	1,986086317	2,36756577	2,630329608
93	0,677136944	1,290720956	1,661403674	1,985801814	2,367115194	2,629732145
94	0,677108686	1,290622708	1,661225855	1,985523442	2,366674361	2,629147638
95	0,677081025	1,290526543	1,661051817	1,985251004	2,36624296	2,628575671
96	0,677053941	1,290432395	1,66088144	1,984984312	2,36582069	2,628015844
97	0,677027419	1,290340202	1,66071461	1,984723186	2,365407265	2,627467774
98	0,677001439	1,290249904	1,660551217	1,984467455	2,36500241	2,626931096
99	0,676975986	1,290161442	1,660391156	1,984216952	2,364605862	2,626405457
100	0,676951043	1,290074761	1,660234326	1,983971519	2,364217366	2,625890521

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 12 Tabel F

df untuk penyebut (N2)	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah								
	0,05	1	2	3	4	5	6	7	8
50	4,03	3,18	2,79	2,56	2,40	2,29	2,20	2,13	2,07
51	4,03	3,18	2,79	2,55	2,40	2,28	2,20	2,13	2,07
52	4,03	3,18	2,78	2,55	2,39	2,28	2,19	2,12	2,07
53	4,02	3,17	2,78	2,55	2,39	2,28	2,19	2,12	2,06
54	4,02	3,17	2,78	2,54	2,39	2,27	2,18	2,12	2,06
55	4,02	3,16	2,77	2,54	2,38	2,27	2,18	2,11	2,06
56	4,01	3,16	2,77	2,54	2,38	2,27	2,18	2,11	2,05
57	4,01	3,16	2,77	2,53	2,38	2,26	2,18	2,11	2,05
58	4,01	3,16	2,76	2,53	2,37	2,26	2,17	2,10	2,05
59	4,00	3,15	2,76	2,53	2,37	2,26	2,17	2,10	2,04
60	4,00	3,15	2,76	2,53	2,37	2,25	2,17	2,10	2,04
61	4,00	3,15	2,76	2,52	2,37	2,25	2,16	2,09	2,04
62	4,00	3,15	2,75	2,52	2,36	2,25	2,16	2,09	2,03
63	3,99	3,14	2,75	2,52	2,36	2,25	2,16	2,09	2,03
64	3,99	3,14	2,75	2,52	2,36	2,24	2,16	2,09	2,03
65	3,99	3,14	2,75	2,51	2,36	2,24	2,15	2,08	2,03
66	3,99	3,14	2,74	2,51	2,35	2,24	2,15	2,08	2,03
67	3,98	3,13	2,74	2,51	2,35	2,24	2,15	2,08	2,02
68	3,98	3,13	2,74	2,51	2,35	2,24	2,15	2,08	2,02
69	3,98	3,13	2,74	2,50	2,35	2,23	2,15	2,08	2,02
70	3,98	3,13	2,74	2,50	2,35	2,23	2,14	2,07	2,02
71	3,98	3,13	2,73	2,50	2,34	2,23	2,14	2,07	2,01
72	3,97	3,12	2,73	2,50	2,34	2,23	2,14	2,07	2,01
73	3,97	3,12	2,73	2,50	2,34	2,23	2,14	2,07	2,01
74	3,97	3,12	2,73	2,50	2,34	2,22	2,14	2,07	2,01
75	3,97	3,12	2,73	2,49	2,34	2,22	2,13	2,06	2,01
76	3,97	3,12	2,72	2,49	2,33	2,22	2,13	2,06	2,01
77	3,97	3,12	2,72	2,49	2,33	2,22	2,13	2,06	2,00
78	3,96	3,11	2,72	2,49	2,33	2,22	2,13	2,06	2,00
79	3,96	3,11	2,72	2,49	2,33	2,22	2,13	2,06	2,00
80	3,96	3,11	2,72	2,49	2,33	2,21	2,13	2,06	2,00
81	3,96	3,11	2,72	2,48	2,33	2,21	2,12	2,05	2,00
82	3,96	3,11	2,72	2,48	2,33	2,21	2,12	2,05	2,00
83	3,96	3,11	2,71	2,48	2,32	2,21	2,12	2,05	1,99
84	3,95	3,11	2,71	2,48	2,32	2,21	2,12	2,05	1,99
85	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	2,21	2,12	2,05	1,99
86	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	2,21	2,12	2,05	1,99
87	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	2,20	2,12	2,05	1,99
88	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	2,20	2,12	2,05	1,99
89	3,95	3,10	2,71	2,47	2,32	2,20	2,11	2,04	1,99
90	3,95	3,10	2,71	2,47	2,32	2,20	2,11	2,04	1,99
91	3,95	3,10	2,70	2,47	2,31	2,20	2,11	2,04	1,98
92	3,94	3,10	2,70	2,47	2,31	2,20	2,11	2,04	1,98
93	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	2,20	2,11	2,04	1,98
94	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	2,20	2,11	2,04	1,98
95	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	2,20	2,11	2,04	1,98
96	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	2,19	2,11	2,04	1,98
97	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	2,19	2,11	2,04	1,98
98	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31	2,19	2,10	2,03	1,98
99	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31	2,19	2,10	2,03	1,98
100	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31	2,19	2,10	2,03	1,97

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 13 Daftar Riwayat Hidup

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



Contact

Address:
Jl. Margonda Raya, Rt.01/04
Depok

Phone:
089670288311

Email:
sisilvanny@gmail.com

Hobbies

- Editing
- Fotografi
- Belajar bahasa asing

Silvanny Gitakirana Ramadhan

Profil

Nama saya Silvanny Gitakirana Ramadhan. Saya lahir di Jakarta, 12 Februari 2000. Saya senang bekerja keras dan selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk pekerjaan saya.

Keahlian

- Microsoft Office (Ms. Word, Ms. Excel, Ms. Powerpoint)
- Melakukan Tugas Administrasi
- Marketing

Pengalaman

- Panitia Makrab Jurusan Politeknik Negeri Jakarta (Divisi K3)
- Panitia Seminar Jurusan Politeknik Negeri Jakarta (Divisi HPD)

Pendidikan

- 2006 – 2012 : SDN Pondokcina 2 Depok
- 2012 – 2015 : SMP IT Rohimana Depok
- 2015 – 2018 : SMAN 11 Depok
- 2018 – sekarang : Politeknik Negeri Jakarta

Kepribadian

- Bertanggung Jawab
- Teliti
- Disiplin