

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. SK Bimbingan



UNIVERSITAS GALUH FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 5278/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2020
PROGRAM STUDI AKUNTANSI : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 4682/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2020
Jl. RE. Martadinata No. 150 Telp/Fax. (0265) 772060 - 778374 Ciamis 46251

SURAT TUGAS MEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 148/34/ST/AK/D/1/2025

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis dengan ini memberi tugas membimbing skripsi kepada :

Nama : **Dr. H. Enas, S.E., M.M.**
sebagai Pembimbing I

Nama : **Mukhtar Abdul Kader, S.E., M.M.**
sebagai Pembimbing II

Dalam penulisan/penyusunan skripsi mahasiswa untuk dan atas :

Nama : **DINTAN WINDANI**

NIM : **3402200493**

Program Studi : **Manajemen**

Judul Skripsi : **PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND
AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI (Suatu Studi pada
3Second Store Tasik**

Surat tugas ini berlaku sampai dengan skripsi selesai paling lambat 1 (satu) tahun setelah penetapan surat tugas ini.

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ciamis, 18 Januari 2025
Dekan,

Dr. Nurdiana Mulyatini, S.E., M.M.
NIK. 3112770079

Tembusan :

- Yth. Ketua Program Studi yang bersangkutan
- Yth. Mahasiswa yang bersangkutan

Lampiran 2. Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS GALUH FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 5278/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2020
PROGRAM STUDI AKUNTANSI : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 4082/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2020
Jl. RE. Martadinata No. 190 Telp/Fax. (0265) 772060 - 778374 Ciamis 46251

Nomor : 1475/34/SP/AK/D/III/2024
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian Skripsi

Kepada Yth,
Pimpinan 3Second Family Store Tasikmalaya
di
Tempat

Dengan Hormat,

Berdasarkan Program Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis, dalam rangka menyelesaikan studi mahasiswa diwajibkan untuk menyusun skripsi. Untuk keperluan tersebut kiranya Bapak/Ibu dapat membantu mahasiswa kami dalam melakukan penelitian dan pengumpulan data pada Perusahaan/Dinas/Instansi yang Bapak/Ibu pimpin. Adapun mahasiswa yang dimaksud adalah :

Nama : Dintan Windani
Nomor Pokok / NIM. : 3402200493
Asal Program Studi : Manajemen
Tempat Tanggal Lahir : Tasikmalaya, 01 Juni 2002
Telepon / HP : 089687640890
Alamat : Jln . Burujul 3 No.12 Kel. Nagarasari Kec.Cipedes Kota Tasikmalaya
Lamanya Penelitian : Agustus s/d Oktober 2024
Judul Penelitian : Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Ciamis, 9 Agustus 2024

Dekan,

Dr. Nurdiana Mulyatini, S.E., M.M.
NIK. 311270079

Lampiran 1. Surat Balasan Izin Penelitian



Biensi Fesyenindo

Jl. Cimencrang No.8, Kota Bandung 40292
West Java, Indonesia+62 22 7802482
biensi.co.id

Tasikmalaya, 16 Juli 2024

Sifat : biasa
Lampiran : -
Perihal : Persetujuan Izin Penelitian

Kepada Yth : Dekan Universitas Galuh Ciamis

Menindaklanjuti surat dari Universitas Galuh Ciamis, perihal izin riset mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Dintan Windani
NIM : 3402200493
Program Studi : Manajemen
Alamat : Jln. Burujul 3 No.12 Kel. Nagarasari Kec.Cipedes Kota Tasikmalaya
Judul Skripsi : **Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Ambassador terhadap Minat Beli**

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, kami sampaikan kepada Universitas Galuh Ciamis bahwa pihak 3second store Tasikmalaya tidak keberatan menerima mahasiswa tersebut untuk melaksanakan riset sesuai dengan surat permohonan saudara dengan syarat mengikuti ketentuan yang berlaku di toko 3second.

Demikian kami sampaikan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

3SECOND FS TASIKMALAYA

Asep Rudi

STORE MANAGER

Lampiran 4. Surat Pra-Survey dan Kuisisioner

Surat Pengantar Kuisisioner

Kepada Yth. Para Responden

Assalamuaikum Wr.Wb

Saya Dintan Windani mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis, sedang melakukan penelitian skripsi sebagai tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana (S1). Adapun tugas akhir saya yang berjudul **“PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI* (Suatu Studi Kasus Pada Konsumen 3Second Store Tasikmalaya)** Untuk itu saya Memohon Kepada Bapak/Ibu/saudara/i untuk membantu mengisi kuisisioner dibawah ini dengan benar dan jujur guna melengkapi data.

Terima kasih kepada Bapak Bapak/Ibu/saudara/i yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu pengisian kuisisioner ini. Kuisisioner ini bersifat rahasia hanya untuk keperluan penelitian skripsi.

Wassalamuaikum.Wr.Wb

Petunjuk Pengisian

1. IDENTITAS RESPONDEN

Karakteristik/identitas responden:

- | | | | |
|------------------------|---|--------------------------|-----------|
| 1. Jenis Kelamin | : | <input type="checkbox"/> | Laki-laki |
| | | <input type="checkbox"/> | Perempuan |
| 2. Umur | : | <input type="checkbox"/> | 15-20 |
| | | <input type="checkbox"/> | 21-30 |
| | | <input type="checkbox"/> | 31-40 |
| | | <input type="checkbox"/> | 41-50 |
| | | <input type="checkbox"/> | >50 |
| 3. Pendidikan Terakhir | : | <input type="checkbox"/> | SLTP |
| | | <input type="checkbox"/> | SLTA |
| | | <input type="checkbox"/> | D3 |
| | | <input type="checkbox"/> | S1 |
| | | <input type="checkbox"/> | Lain-lain |

beri tanda check list (√)*2. PETUNJUK PENGISIAN**

Jawaban atas pertanyaan dilakukan dengan cara memberi tanda check list(√) pada salah satu pilihan dari lima (5) pilihan kemungkinan jawaban berdasarkan pendapat/tanggapan Bapak/Ibu/Saudara. Jawablah pernyataan berikut ini sesuai dengan apa yang anda rasakan dan menurut pendapat anda benar.

Kriteria Jawaban :

- SS = Sangat Setuju
 S = Setuju
 KS = Kurang Setuju
 TS = Tidak Setuju
 STS = Sangat Tidak Setuju

KUISIONER

A. Minat Beli

No	Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Minat Transaksional						
1	Saya akan melakukan transaksi pembelian jika produk sesuai dengan keinginan					
2	Program diskon dan promosi dapat meningkatkan minat beli saya untuk melakukan transaksi pembelian					
Minat Refrensial						
3	Saya akan mencari referensi sebelum melakukan pembelian produk					
4	Referensi orang lain mempengaruhi saya untuk membeli produk 3Second					
Minat Prefensi						
5	Saya memiliki prefensi yang kuat terhadap produk 3Second dibandingkan dengan produk sejenis dari merek lain					
6	Prefensi saya terhadap produk 3Second dipengaruhi oleh desain dan estetika produk yang saya sukai					
Minat Eksploratif						
7	Eksploratif tersebut memudahkan saya untuk melakukan pencarian informasi mengenai produk 3second					
8	Saya tertarik untuk membeli produk 3Second setelah mengeksplor dan mendapatkan informasi dari teman/ orang lain					

B. Social Media Marketing

No	Item Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Context (konteks)						
1	Saya merasa penyampaian/informasi produk 3Second sangat menarik, inovatif dan relevan					

No	Item Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
2	Saya merasa penyampaian tentang kegunaan produk 3Second sangat jelas					
Communication (komunikasi)						
3	Social media selalu memberitahukan informasi terbarunya kepada konsumen					
4	Saya merasa akun social media 3Second selalu merespon pertanyaan konsumen dengan cepat terhadap informasi produk					
Collaboration (kolaborasi)						
5	Saya merasa kolaborasi dengan pihak lain dapat memperluas jangkauan pasar untuk memperkenalkan produk kepada konsumen lain					
6	Saya merasa kolaborasi produk membuat saya lebih tertarik untuk membeli produk karena melibatkan unsur kreativitas dari pihak lain					
Connection (koneksi)						
7	3Second selalu memberikan update produk promo kepada konsumen secara konsisten					
8	3Second selalu membangun komunikasi mengenai keluhan konsumen					

C. Brand Ambassador

No	Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Attractiveness (daya tarik)						
1	Produk 3second memiliki daya tarik visual yang kuat bagi konsumen					
2	Brand ambassador yang digunakan mempunyai pesona yang mampu memikat hati konsumen					
Popularity (popularitas)						
3	Popularitas <i>brand ambassador</i> menjadi alasan utama saya memilih produk 3Second					
4	Saya merasa bahwa popularitas <i>brand ambassador</i> ini mempengaruhi minat beli					

No	Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
<i>Credibility (kredibilitas)</i>						
5	Saya merasa <i>brand ambassador</i> 3Second mampu menimbulkan kepercayaan					
6	Saya merasa <i>brand ambassador</i> selalu memberikan informasi yang mudah dipahami					
<i>Power (kekuatan)</i>						
7	<i>Brand ambassador</i> memiliki pengaruh yang kuat dalam meyakinkan konsumen tentang produk 3Second					
8	<i>Brand ambassador</i> mempunyai kekuatan yang mampu menarik perhatian konsumen					

Lampiran 5. Hasil Kuisoner Pra-Survey

Variabel (Y)

NO	Minat Beli (Y)							
	1	2	3	4	5	6	7	8
1	5	4	5	5	5	5	3	5
2	5	3	5	4	3	4	5	4
3	4	5	4	3	4	4	4	3
4	4	4	4	5	2	3	4	4
5	4	5	3	3	1	5	3	3
6	4	4	4	3	5	3	5	5
7	5	5	3	5	1	5	2	2
8	4	3	3	2	1	4	4	3
9	4	5	4	3	4	4	5	4
10	4	3	3	4	1	4	4	2
11	4	3	5	2	5	5	4	5
12	3	5	3	3	5	3	5	4
13	5	4	4	1	2	4	3	3
14	3	5	4	4	3	4	5	4
15	3	3	5	1	2	3	4	5
16	5	3	4	3	5	5	3	2
17	4	4	4	3	2	4	5	4
18	4	4	5	5	4	3	4	3
19	5	4	4	3	3	4	4	4
20	4	3	5	4	2	4	3	5
21	3	4	2	2	3	4	5	5
22	4	5	4	4	5	2	4	2
23	4	3	2	1	3	5	4	4
24	3	4	4	3	3	2	4	3
25	5	5	5	4	5	4	2	5
26	4	4	4	2	2	5	5	3
27	3	5	2	4	2	3	2	4
28	3	4	4	1	3	4	4	5
29	3	5	4	2	2	4	3	3
30	4	4	4	1	3	4	4	4

frek	1	2	3	4	5	6	7	8
5	7	10	7	4	7	7	8	8
4	15	12	15	7	3	15	13	10
3	8	8	5	9	8	6	6	8
2	0	0	3	5	8	2	3	4
1	0	0	0	5	4	0	0	0
	30	30	30	30	30	30	30	30

Variabel (X₁)

<i>Social Media Marketing (X₁)</i>								
No	1	2	3	4	5	6	7	8
1	5	5	4	5	5	5	5	4
2	4	5	4	3	5	3	4	4
3	3	3	5	4	5	5	4	3
4	5	5	3	2	4	3	4	3
5	5	4	4	4	4	5	5	4
6	4	5	5	4	5	4	5	5
7	5	3	5	3	5	5	4	2
8	4	4	3	4	4	5	3	3
9	4	5	5	4	4	4	4	4
10	4	2	5	4	5	5	4	5
11	3	4	5	3	5	3	3	1
12	5	3	4	2	5	5	5	5
13	2	5	5	4	5	4	5	3
14	5	4	5	5	3	3	5	4
15	4	4	4	4	5	5	4	5
16	5	2	5	3	5	4	4	3
17	3	5	5	5	5	4	5	3
18	5	4	5	2	4	5	5	4
19	4	3	3	5	5	3	5	5
20	5	5	5	4	3	4	4	2
21	5	2	3	2	5	5	5	5
22	5	4	5	4	4	4	5	3
23	2	2	3	4	5	5	4	4
24	5	5	5	3	4	3	5	5
25	4	4	5	2	5	5	5	3
26	5	5	5	5	3	4	2	5
27	4	5	3	5	5	4	5	4
28	5	4	5	3	4	5	5	3
29	4	5	5	5	5	4	5	5
30	5	4	3	4	4	5	5	5

frek	1	2	3	4	5	6	7	8
5	15	12	18	6	18	14	17	10
4	10	10	5	12	9	10	10	8
3	3	4	7	6	3	6	2	9
2	2	4	0	6	0	0	1	2
1	0	0	0	0	0	0	0	1
	30	30	30	30	30	30	30	30

Variabel (X2)

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

Lampiran 6. Rekapitulai Kuisoner Pra-Survey

Hasil Kuisoner Pra-Survey Mengenai Minat Beli Kepada 30 Responden

No	Item Pertanyaan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Skor Tercapai	Skor Ideal	Rata- rata
Minat Transaksional									
1.	Saya akan melakukan transaksi pembelian jika produk sesuai dengan keinginan	7	15	8	0	0	119	150	80,33
2.	Program diskon dan promosi dapat meningkatkan minat beli saya untuk melakukan transaksi pembelian	10	12	8	0	0	122	150	
Minat Refrensial									
3.	Saya akan mencari referensi sebelum melakukan pembelian produk	7	15	5	3	0	116	150	68,66
4.	Referensi orang lain mempengaruhi saya untuk membeli produk 3Second	4	7	9	5	5	90	150	
Minat Prefrensi									
5.	Saya memiliki prefrensi yang kuat terhadap produk 3Second dibandingkan dengan produk sejenis dari merek lain	7	3	8	8	4	91	150	69,33

No	Item Pertanyaan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Skor Tercapai	Skor Ideal	Rata- rata
6.	Prefensi saya terhadap produk 3Second dipengaruhi oleh desain dan estetika produk yang saya sukai	7	15	6	2	0	117	150	
Minat Eksploratif									
7.	Eksploratif tersebut memudahkan saya untuk melakukan pencarian informasi mengenai produk 3second	8	13	6	3	0	116	150	76
8.	Saya tertarik untuk membeli produk 3Second setelah mengeksplor dan mendapatkan informasi dari teman/ orang lain	8	10	8	4	0	112	150	
Total							883	1200	294,32
Rata – Rata							73,5	150	73,5

Sumber : diolah peneliti, 2024

Hasil Kuisisioner Pra-Survey Mengenai *Social Media Marketing* kepada 30 Responden

No	Item Pertanyaan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Skor Tercapai	Skor Ideal	Rata- rata
<i>Context (konteks)</i>									
1.	Saya merasa penyampaian/informasi produk 3Second sangat menarik, inovatif dan relevan	15	10	3	2	0	119	150	79,66
2.	Saya merasa penyampaian tentang kegunaan produk 3Second sangat jelas	12	10	4	4	0	120	150	
<i>Communication (komunikasi)</i>									
3.	Social media selalu memberitahukan informasi terbaru kepada konsumen	18	5	7	0	0	131	150	85,66
4.	Saya merasa akun social media 3Second selalu merespon pertanyaan konsumen dengan cepat terhadap informasi produk	6	12	6	6	0	126	150	
<i>Collaboration (kolaborasi)</i>									
5.	Saya merasa kolaborasi dengan pihak lain dapat memperluas jangkauan pasar untuk memperkenalkan produk kepada konsumen lain	18	9	3	0	0	135	150	87,66
6.	Saya merasa kolaborasi produk membuat saya lebih tertarik untuk membeli produk karena melibatkan unsur	14	10	6	0	0	128	150	

No	Item Pertanyaan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Skor Tercapai	Skor Ideal	Rata- rata
	keativitas dari pihak lain								
Connection (koneksi)									
7.	3Second selalu memberikan update produk promo kepada konsumen secara konsisten	17	10	2	1	0	133	150	82,66
8.	3Second selalu membangun komunikasi mengenai keluhan konsumen	10	8	9	2	1	115	150	
Total							1007	1200	335,64
Rata – Rata							84	150	84

Sumber : diolah peneliti, 2024

Hasil Kuisioner Pra-Survey Mengenai *Brand Ambassador* Kepada 30 Responden

No	Item Pertanyaan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Skor Tercapai	Skor Ideal	Rata- rata
<i>Attractiveness (daya tarik)</i>									
1.	Produk 3second memiliki daya tarik visual yang kuat bagi konsumen	14	8	4	4	0	120	150	78,33
2.	Brand ambassador yang digunakan mempunyai pesona yang mampu memikat hati konsumen	7	13	8	2	0	115	150	
<i>Popularity (populalitas)</i>									
3.	Popularitas <i>brand ambassador</i> menjadi alasan utama saya memilih produk 3Second	5	15	10	0	0	115	150	73
4.	Saya merasa bahwa popularitas <i>brand ambassador</i> ini mempengaruhi minat beli	4	12	8	6	0	104	150	
<i>Credibility (kredibilitas)</i>									
5.	Saya merasa <i>brand ambassador</i> 3Second mampu menimbulkan kepercayaan	5	15	10	0	0	115	150	80
6.	Saya merasa <i>brand ambassador</i> selalu memberikan	9	17	4	0	0	125	150	

No	Item Pertanyaan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Skor Tercapai	Skor Ideal	Rata- rata
	informasi yang mudah dipahami								
Power (kekuatan)									
7.	<i>Brand ambassador</i> memiliki pengaruh yang kuat dalam meyakinkan konsumen tentang produk 3Second	15	10	3	2	0	128	150	80,33
8.	<i>Brand ambassador</i> mempunyai kekuatan yang mampu menarik perhatian konsumen	9	10	7	3	1	113	150	
Total							935	1200	311,66
Rata – Rata							78	150	78

Sumber : diolah peneliti, 2024

Lampiran 7. Populasi dan Sampel

Lampiran Data Populasi dan Sampel

1. Populasi : Konsumen yang pernah membeli produk 3Second
2. Sampel : 96 Konsumen

Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Kategori Produk
1	Perempuan	21>30	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	T-Shirt
2	Perempuan	21>30	S1	Pelajar/Mahasiswa	Hoodie
3	Laki-laki	21>30	S1	Wiraswasta	T-Shirt
4	Laki-laki	21>30	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	Hoodie
5	Laki-laki	21>30	SLTA	Pegawai Swasta	T-Shirt
6	Laki-laki	21>30	S1	Pegawai Negeri	T-Shirt
7	Perempuan	21>30	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	T-Shirt
8	Perempuan	21>30	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	T-Shirt
9	Laki-laki	10>20	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	Pants
10	Laki-laki	10>20	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	Hoodie
11	Laki-laki	21>30	S1	Pelajar/Mahasiswa	Pants
12	Laki-laki	21>30	S1	Pegawai Swasta	T-Shirt
13	Perempuan	21>30	S1	Freelance	T-Shirt
14	Perempuan	31>40	S1	Freelance	T-Shirt
15	Laki-laki	10>20	SLTA	Freelance	Hoodie
16	Perempuan	21>30	SMA	Buruh	T-Shirt
17	Perempuan	21>30	SLTA	Wiraswasta	Hoodie
18	Perempuan	21>30	D3	Pegawai Swasta	Hoodie
19	Laki-laki	10>20	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	Hoodie
20	Laki-laki	10>20	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	Hoodie
21	Laki-laki	10>20	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	T-Shirt
22	Perempuan	21>30	S1	Pelajar/Mahasiswa	T-Shirt
23	Perempuan	31>40	SLTA	Pegawai Negeri	Hoodie
24	Laki-laki	21>30	SLTA	Pegawai Swasta	Aksesoris
25	Laki-laki	21>30	S1	Pegawai Swasta	Pants
26	Laki-laki	10>20	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	T-Shirt
27	Laki-laki	21>30	SLTA	Pegawai Swasta	T-Shirt
28	Laki-laki	21>30	SLTA	Pegawai Swasta	Aksesoris
29	Laki-laki	21>30	SLTP	Wiraswasta	T-Shirt
30	Laki-laki	21>30	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	T-Shirt

31	Laki-laki	21>30	SLTA	Wiraswasta	T-Shirt
32	Laki-laki	31>40	SLTA	Pegawai Swasta	Hoodie
33	Laki-laki	31>40	S1	Pegawai Swasta	Aksesoris
34	Perempuan	21>30	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	T-Shirt
35	Perempuan	21>30	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	T-Shirt
36	Perempuan	31>40	S1	Pegawai Negeri	T-Shirt
37	Laki-laki	21>30	S1	Pelajar/Mahasiswa	T-Shirt
38	Perempuan	21>30	S1	Pelajar/Mahasiswa	Hoodie
39	Laki-laki	10>20	SLTP	Pelajar/Mahasiswa	Hoodie
40	Laki-laki	21>30	D3	Wiraswasta	Pants
41	Laki-laki	10>20	SLTP	Pelajar/Mahasiswa	Hoodie
42	Perempuan	10>20	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	Pants
43	Perempuan	21>30	D3	Pegawai Swasta	T-Shirt
44	Perempuan	21>30	D3	Pegawai Swasta	Hoodie
45	Perempuan	21>30	D3	Pegawai Negeri	Hoodie
46	Laki-laki	31>40	S1	Pegawai Swasta	Pants
47	Laki-laki	21>30	D3	Pegawai Swasta	T-Shirt
48	Perempuan	21>30	S1	Freelance	Hoodie
49	Perempuan	10>20	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	T-Shirt
50	Perempuan	21>30	SLTA	Freelance	Hoodie
51	Perempuan	10>20	SLTP	Pelajar/Mahasiswa	T-Shirt
52	Perempuan	31>40	D3	Pegawai Swasta	T-Shirt
53	Perempuan	21>30	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	T-Shirt
54	Perempuan	31>40	S1	Pegawai Negeri	Hoodie
55	Perempuan	10>20	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	T-Shirt
56	Perempuan	21>30	S1	Freelance	T-Shirt
57	Laki-laki	21>30	SLTA	Barista	Pants
58	Laki-laki	21>30	SLTA	Barista	Hoodie
59	Perempuan	21>30	S1	Barista	T-Shirt
60	Perempuan	21>30	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	T-Shirt
61	Laki-laki	31>40	S1	Pegawai Swasta	Hoodie
62	Laki-laki	10>20	SLTP	Pelajar/Mahasiswa	Hoodie
63	Laki-laki	10>20	SLTP	Pelajar/Mahasiswa	Hoodie
64	Laki-laki	21>30	SLTA	Pegawai Negeri	Pants
65	Perempuan	21>30	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	Hoodie
66	Laki-laki	10>20	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	Hoodie
67	Perempuan	21>30	S1	Pegawai Negeri	Aksesoris
68	Perempuan	21>30	S1	Pegawai Swasta	Hoodie
69	Laki-laki	21>30	S1	Pegawai Negeri	Pants

70	Perempuan	21>30	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	T-Shirt
71	Laki-laki	21>30	SLTA	buruh	T-Shirt
72	Laki-laki	21>30	SLTA	buruh	Aksesoris
73	Laki-laki	21>30	SLTA	Pegawai Negeri	Hoodie
74	Laki-laki	21>30	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	Aksesoris
75	Laki-laki	21>30	D3	Pelajar/Mahasiswa	T-Shirt
76	Laki-laki	31>40	S1	Wiraswasta	T-Shirt
77	Laki-laki	21>30	SLTA	Wiraswasta	Pants
78	Laki-laki	21>30	S1	Pegawai Negeri	Hoodie
79	Laki-laki	10>20	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	T-Shirt
80	Laki-laki	21>30	D3	Pegawai Swasta	Aksesoris
81	Laki-laki	21>30	D3	Pegawai Swasta	Hoodie
82	Laki-laki	21>30	SLTA	Pegawai Swasta	Aksesoris
83	Laki-laki	21>30	S1	Pegawai Swasta	Pants
84	Laki-laki	31>40	D3	Pegawai Negeri	T-Shirt
85	Laki-laki	21>30	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	Aksesoris
86	Laki-laki	21>30	S1	Pelajar/Mahasiswa	T-Shirt
87	Laki-laki	21>30	S1	Pelajar/Mahasiswa	Pants
88	Laki-laki	21>30	S1	Pelajar/Mahasiswa	Pants
89	Perempuan	21>30	SLTA	Freelance	Hoodie
90	Laki-laki	21>30	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	Hoodie
91	Perempuan	21>30	SLTA	Pelajar/Mahasiswa	T-Shirt
92	Perempuan	21>30	S1	Freelance	T-Shirt
93	Perempuan	21>30	S1	Pelajar/Mahasiswa	T-Shirt
94	Laki-laki	21>30	S1	Pelajar/Mahasiswa	Pants
95	Laki-laki	21>30	S1	Pelajar/Mahasiswa	Hoodie
96	Laki-laki	21>30	S1	Pelajar/Mahasiswa	Hoodie

Rekapitulasi Karakteristik Responden

Jenis Kelamin		
Laki Laki	58	60,42
Perempuan	38	39,58

Usia		
10 - 20	17	17,70
21 - 30	68	70,84
31 - 40	11	11,46
41 - 50	0	0
>50	0	0

Pekerjaan		
Pelajar/Mahasiwa	45	46,87
Pegawai Negeri	11	11,47
Pegawai Swasta	20	20,83
Wiraswasta	7	7,29
Lain-lain	13	13,54

Pendidikan		
SLTP	6	6,25
SLTA	41	42,71
D3	11	11,46
S1	34	35,42
Lain-lain	4	4,16

Kategori Produk		
T-shirt	42	43,75
Pants	14	14,58
Hoodie	31	32,29
Lain-lain	9	9,38

Lampiran 8. Visi dan Misi

Lampiran 9. Struktur Organisasi

Lampiran 10. Surat dan Kuisoner Penelitian**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* dan *BRAND AMBASSADOR*
TERHADAP MINAT BELI****(Suatu Studi pada Konsumen 3Second Store Kota Tasikmalaya)**

Kepada Yth.

Responden Penelitian

Konsumen 3Second

Di Tempat

Dengan hormat

Sehubungan dengan penulisan skripsi yang saya lakukan sebagai persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Galuh, saya bermaksud mengadakan penelitian dengan judul "**Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli (Suatu Studi Pada Konsumen 3Second Store Kota Tasikmalaya)**". Demi mewujudkan hasil yang diinginkan, saya sangat mengharapkan kesediaan saudara untuk dapat meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner dengan teliti, jujur, lengkap dan sebenar-benarnya. Semua Informasi yang saya peroleh tidak akan memengaruhi data diri pribadi dan bersifat rahasia.

Atas kesediaan dan kerjasama saudara saya meng ucapkan terimakasih.

Hormat Saya

Dintan Windani

1. Identitas Responden

Pilihlah jawaban yang paling sesuai menurut saudara/ saudari:

kenyataan dan diberi tanda ceklis (✓)

1. Jenis Kelamin : Laki-laki
 Perempuan
2. Umur : 15>20
 21>30
 31>40
 41>50
 >50
3. Pendidikan Terakhir : SLTP
 STLA
 D3
 S1
 Lainnya
4. Pekerjaan : Pelajar / Mahasiswa
 Wirausaha
 Wiraswasta
 Lainnya
5. Kategori Produk : T-Shirt
 Pants
 Hoodie
 Lainnya

2. Petunjuk Pengisian

Pilih salah satu jawaban yang terdiri dari 5 pilihan jawaban yang tersedia

Pada kotak di bawah ini.

Keterangan : 5 : Sangat Setuju (SS)

4 : Setuju (S)

3 : Kurang Setuju (KS)

2 : Tidak Setuju (TS)

1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

Pernyataan tentang hal *social media marketing* dan *brand ambassador* terhadap minat beli konsumen

Responden dimohon untuk memberikan skor atas perilaku yang sesuai dengan kenyataan dan diberi tanda ceklis (✓)

A. *Social Media Marketing* (X1)

No	Item Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
<i>Context (konteks)</i>						
1	Saya merasa pesan yang disampaikan mengenai produk sangat relevan dengan kebutuhan dan minat saya					
2	Penyampaian produk yang digunakan dalam konten media sosial mudah dipahami					
3	Desain visual konten media sosial 3Second menarik dan sesuai dengan produk yang ditawarkan					
<i>Communication (komunikasi)</i>						
1	3Second selalu merespon komentar atau pertanyaan saya di media sosial dengan cepat					
2	Informasi yang diberikan perusahaan melalui media sosial jelas dan mudah dipahami					
3	Akun social media 3Second selalu memberitahu informasi terbaru kepada konsumen					

No	Item Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
<i>Collaboration (kolaborasi)</i>						
1	Saya merasa kolaborasi di media sosial mempengaruhi minat beli untuk mengikuti akun brand 3Second					
2	Saya merasa bahwa kolaborasi antara brand dan brand ambassador online membuat saya merasa lebih terhubung dengan 3Second					
3	Saya sering melihat kolaborasi antara 3Second dan <i>brand ambassador</i> di media sosial					
<i>Connection (koneksi)</i>						
1	Saya sering kali merekomendasikan produk 3Second ini kepada teman-teman karena pengaruh media sosial					
2	Saya merasa diperlakukan secara personal oleh 3Second ini melalui interaksi di media sosial					
3	Saya merasa loyal terhadap 3Second karena interaksi yang baik di media sosial					

B. Brand Ambassador (X2)

No	Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
<i>Attractiveness (daya tarik)</i>						
1	Saya merasa bahwa <i>brand ambassador</i> yang digunakan sangat menarik dan memotivasi saya untuk membeli produk 3Second					
2	Saya merasa brand ambassador 3Second ini relevand engan produk yang dipromosikan					
3	<i>brand ambassador</i> 3Second ini memiliki kepribadian yang menyenangkan dan mudah diingat					
<i>Popularity (popolaritas)</i>						

No	Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya merasa sering melihat <i>brand ambassador</i> 3Second kami di media sosia					
2	Popularitas <i>brand ambassador</i> menjadi alasan utama saya unruk memilih produk 3Second					
3	Saya merasa popularitas <i>brand ambassador</i> ini mempengaruhi minat beli					
<i>Credibility (kredibilitas)</i>						
1	<i>Brand ambassador</i> yang digunakan 3Second mampu menimbulkan kepercayaan					
2	<i>Brand ambassador</i> 3Second memiliki komunikasi yang baik kepada konsumen					
3	Informasi yang diberikan <i>brand ambassador</i> mengenai produk mudah dipahami					
<i>Power (kekuatan)</i>						
1	Saya merasa sangat terpengaruh oleh <i>brand ambassador</i> 3Second untuk membeli produk yang dipromosikannya					
2	Saya percaya bahwa <i>brand ambassador</i> 3Second memiliki pengaruh yang kuat terhadap tren konsumsi					
3	Saya lebih cenderung mempercayai rekomendasi produk dari <i>brand ambassador</i> dibandingkan sumber lain					

C. Minat Beli (Y)

No	Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
<i>Minat Transaksional</i>						
1	Saya berminat membeli ulang produk 3Second karena kualitasnya yang sangat baik					
2	Harga produk 3second ini sangat terjangkau					

No	Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
	dibandingkan dengan produk sejenis lainnya					
3	Kemudahan dalam mendapatkan produk 3Second membuat saya selalu membeli					
<i>Minat Refrensial</i>						
1	Saya sering merekomendasikan produk 3Second kepada teman dan keluarga saya					
2	Saya merasa produk 3Second sangat bagus sehingga saya ingin orang lain juga merasakan manfaatnya					
3	Jika ada teman yang bertanya tentang fashion, saya akan merekomendasikan produk 3Second					
<i>Minat Prefensi</i>						
1	Saya merasa nyaman menggunakan produk 3Second dibandingkan dengan merek lain					
2	Saya akan kesulitan beralih ke merek lain dari produk 3Second meskipun ada promosi menarik dari merek lain					
3	Saya merasa memiliki ikatan emosional yang kuat dengan merek 3Second					
<i>Minat Eksploratif</i>						
1	Saya selalu mencari informasi sebanyak mungkin tentang produk baru 3Second sebelum membelinya					
2	Saya senang membandingkan berbagai merek dan fitur produk sebelum membuat keputusan pembelian					
3	Saya sering membaca ulasan dan pendapat orang lain tentang produk 3Second yang saya ingin beli					

Lampiran 11. Data Jawaban Responden

Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Variabel Social Media Marketing

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
1	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	56
2	4	5	5	3	4	5	3	3	4	4	2	2	44
3	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	53
4	5	5	5	5	4	4	4	3	5	4	5	4	53
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	54
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
7	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	58
8	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	55
9	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	56
10	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47
11	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	3	48
12	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	53
13	4	5	4	4	4	5	5	3	4	3	4	4	49
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
15	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	45
16	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	57
17	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	54
18	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	45
19	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	51
20	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	43
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
22	5	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	46
23	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	46
24	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	53
25	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	59
26	5	4	3	3	4	4	4	2	3	2	4	3	41
27	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	59
28	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	54
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
33	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	37
34	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49

**Rekapitulasi Tanggapan Responden
Tentang Variabel Brand Ambassador**

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
1	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	52
2	4	4	5	5	5	5	4	4	3	3	5	5	52
3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	51
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	49
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	50
6	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	52
7	4	4	5	4	3	4	4	3	5	5	5	5	51
8	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	50
9	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	47
10	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	45
11	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	47
12	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	52
13	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	3	43
14	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	46
15	4	4	3	4	2	2	3	3	4	3	4	4	40
16	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	57
17	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	57
18	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	33
19	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
20	3	3	3	4	5	4	3	4	5	4	3	3	44
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
23	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	45
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
26	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	52
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	59
28	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	54
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
33	4	4	3	4	2	2	3	3	3	1	2	2	33
34	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	45
35	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	51
36	4	4	3	2	1	1	3	2	3	3	4	4	34

37	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	46
38	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	45
39	4	4	4	3	1	1	3	3	3	3	3	3	35
40	4	4	4	2	3	2	4	3	3	4	4	4	41
41	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	45
42	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	45
43	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	44
44	4	4	4	3	3	2	4	4	4	5	5	5	47
45	4	5	4	3	2	3	4	4	5	5	4	4	47
46	4	5	4	4	1	3	4	5	5	5	5	4	49
47	5	5	5	3	2	3	5	5	5	5	5	5	53
48	5	5	5	3	2	4	5	5	5	5	5	5	54
49	5	5	5	4	2	2	5	4	5	5	5	5	52
50	4	5	5	3	3	1	4	4	4	4	4	5	46
51	4	4	4	3	2	1	4	4	4	5	4	4	43
52	4	5	5	3	3	1	4	4	5	5	5	5	49
53	5	5	4	3	2	4	5	5	5	5	5	5	53
54	5	5	5	3	3	2	4	4	5	5	5	5	51
55	5	5	5	4	3	2	4	4	5	5	5	5	52
56	5	5	5	4	3	1	4	4	4	5	5	5	50
57	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	55
58	4	4	4	4	2	2	5	5	5	5	5	5	50
59	5	5	5	4	3	1	4	4	4	5	5	5	50
60	5	4	4	4	3	2	4	4	4	5	5	5	49
61	5	5	5	2	3	1	3	4	4	4	4	4	44
62	4	4	4	2	3	2	4	4	4	4	3	5	43
63	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	45
64	5	5	4	3	4	3	5	5	4	4	4	4	50
65	4	4	5	4	3	2	3	4	4	3	4	4	44
66	4	3	4	3	2	2	4	4	3	4	3	3	39
67	4	5	4	2	3	3	4	4	4	4	5	5	47
68	4	4	3	1	2	2	4	4	3	4	5	5	41
69	3	4	4	4	2	2	3	4	3	4	4	4	41
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
75	5	4	4	3	2	1	4	4	5	4	3	5	44

Lampiran 11. Hasil Perhitungan Kolerasi dan Regresi SPSS

Social Media Marketing terhadap Minat Beli

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	(X1) Social Media Markring ^b		. Enter

a. Dependent Variable: (Y) Minat Beli

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 ^a	.523	.517	4.71728

a. Predictors: (Constant), (X1) Social Media Markring

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2288.987	1	2288.987	102.863	<.001 ^b
	Residual	2091.753	94	22.253		
	Total	4380.740	95			

a. Dependent Variable: (Y) Minat Beli

b. Predictors: (Constant), (X1) Social Media Markring

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.929	3.486		3.996	<.001
	(X1) Social Media Markring	.719	.071	.723	10.142	<.001

a. Dependent Variable: (Y) Minat Beli

Brand Ambassador terhadap Minat Beli**Variables Entered/Removed^a**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	(X2) Brand Ambassador ^b		. Enter

a. Dependent Variable: (Y) Minat Beli

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.696 ^a	.484	.478	4.90485

a. Predictors: (Constant), (X2) Brand Ambassador

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2119.328	1	2119.328	88.094	<.001 ^b
	Residual	2261.411	94	24.058		
	Total	4380.740	95			

a. Dependent Variable: (Y) Minat Beli

b. Predictors: (Constant), (X2) Brand Ambassador

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.313	3.513		4.644	<.001
	(X2) Brand Ambassador	.681	.073	.696	9.386	<.001

a. Dependent Variable: (Y) Minat Beli

Social Media Marketing dan Brand Ambassador terhadap Minat Beli

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	(X2) (X1)		. Enter

a. Dependent Variable: (Y) Minat Beli

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.738 ^a	.545	.535	4.62931

a. Predictors: (Constant), (X2) Brand Ambassador, (X1) Social Media Markring

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2387.703	2	1193.851	55.708	<.001 ^b
	Residual	1993.037	93	21.431		
	Total	4380.740	95			

a. Dependent Variable: (Y) Minat Beli

b. Predictors: (Constant), (X2) Brand Ambassador, (X1) Social Media Markring

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.331	3.501		3.522	<.001
	(X1) Social Media Markring	.474	.134	.476	3.539	<.001
	(X2) Brand Ambassador	.283	.132	.289	2.146	.034

a. Dependent Variable: (Y) Minat Beli

Lampiran 12. Tabel Distribusi t

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

Lampiran 13. Tabel Distribusi F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

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

Lampiran 14. Riwayat Hidup

Dintan Windani

+62 896-8764-0890

dintanwindan01@gmail.com

DATA PRIBADI

- Nama : Dintan Windani
- Tempat, tanggal lahir : Tasikmalaya, 01 Juni 2002
- Jenis Kelamin : Perempuan
- Alamat : Jln. Burujul 3 RT 001/ RW 002
Kel. Nagarasari Kec. Cipedes
Kota Tasikmalaya
- Agama : Islam

PENDIDIKAN

- SDN Perumnas 2 : (2008 - 2014)
- SMPN 7 Tasikmalaya : (2014 - 2017)
- SMAN 9 Tasikmalaya : (2017 - 2020)
- Universitas Galuh : (2020 - 2025)