

lampiran 1. ANGKET PRASURVEY

Kepada

Yth, Saudara Responden

di Tempat

Dengan hormat

Saya adalah Mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh, sedang melakukan penelitian mengenai “**Pengaruh *celebrity Endorsement* terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Afdhol Coffee Panumbangan Ciamis)**”. Untuk ini saya mengharapkan kesediaan saudara untuk mengisi kuesioner ini, jawaban saudara terjamin kerahasiannya. Terimakasih atas waktu dan perhatian saudara untuk mengisi kuesioner ini.

Peneliti

**SYAHRUL HAZ
3402210203**

Petunjuk Pengisian

1. Setiap pernyataan dijawab atau di isi oleh Saudara/i berdasarkan pendapat dan tanggapan yang sebenarnya.
2. Jawaban atas pernyataan dilakukan dengan cara memberi tanda ceklis (✓) pada salah satu pilihan dari 5 (Lima) pilihan yang tersedia.
3. Jika terjadi kesalahan pada saat pengisian, cukup berikan tanda lingkaran pada jawaban yang salah dan menggantinya dengan pilihan jawaban lain yang menurut Saudara/Saudari sesuai.
4. Ada 5 (Lima) pilihan jawaban yang dapat dipilih yaitu :
 - a) Jawaban Sangat Setuju (SS) dengan Skor 5.
 - b) Jawaban Setuju (S) dengan Skor 4.
 - c) Jawaban Kurang Setuju (KS) dengan Skor 3.
 - d) Jawaban Tidak Setuju (TS) dengan Skor 2.
 - e) Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) dengan Skor 1.

Identitas Responden

1. Jenis Kelamin : (a) Laki-laki
(b) Perempuan
2. Usia : (a) 15 s/d 24
(b) 25 s/d 34
(c) 35 s/d 44
(d) 44 s/d 54
(e) 54 s/d 65
3. Pendidikan Terakhir : (a) SD/SMP
(b) SMA/SLTA
(c) Diploma (D1 dan D3) /Sarjana (S1)

KUESIONER

CELEBRITY ENDORSEMENT (X)

Mohon dijawab sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dengan memberikan tanda ceklis (✓) pada kolom yang sudah disediakan !

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Kepercayaan (<i>Trustworthines</i>)						
1	<i>Celebrity endorsement</i> merupakan seorang yang dapat diandalkan dalam memberikan informasi mengenai produk Afdhol Coffee					
Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)						
2	<i>Celebrity endorsement</i> yang digunakan memiliki kemampuan dalam menarik rasa percaya diri konsumen untuk membeli produk					
Keahlian (<i>Expertise</i>)						
3	<i>Celebrity endorsement</i> memiliki pengalaman terkait dengan produk Afdhol Coffee					

KUESIONER

MINAT BELI KONSUMEN (Y)

Mohon dijawab sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dengan memberikan tanda ceklis (✓) pada kolom yang sudah disediakan !

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Transaksional						
1	Saya siap mengeluarkan uang untuk mencoba menu baru di Afdhol Coffee.					
Referensial						
2	Saya bersedia memberikan ulasan positif tentang Afdhol Coffee di media sosial atau secara langsung.					
Preferensial						
3	Afdhol Coffee menjadi pilihan utama saya dibandingkan kedai kopi sejenis di daerah ini					
Eksploratif						
4	Saya mengikuti akun media sosial Afdhol Coffee untuk mengetahui produk dan penawaran terbaru.					

Hasil Angket Prasurvey Variabel X

R/I	1	2	3	TOTAL SKOR
1	5	5	5	15
2	1	3	4	8
3	3	2	3	8
4	2	1	1	4
5	5	5	3	13
6	3	1	1	5
7	4	4	5	13
8	2	2	3	7
9	5	1	2	8
10	4	4	1	9
11	3	2	5	10
12	5	3	2	10
13	4	2	4	10
14	2	3	2	7
15	1	1	1	3
Jml	49	39	42	130

Hasil Angket Prasurvey Variabel Y

R/I	3	5	6	9	TOTAL SKOR
1	5	5	5	5	20
2	2	2	3	3	10
3	3	2	2	1	8
4	2	1	4	5	12
5	1	3	4	3	11
6	3	5	2	4	14
7	5	3	3	1	12
8	2	4	4	5	15
9	3	5	2	3	13
10	4	3	5	4	16
11	2	4	1	2	9
12	1	2	3	5	11
13	4	1	5	2	12
14	3	2	1	4	10
15	1	1	3	2	7
Jml	41	43	47	49	180

lampiran 3. Angket Penelitian

Kepada

Yth, Saudara Responden

di Tempat

Dengan hormat

Saya adalah Mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh, sedang melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh *celebrity endorsement* terhadap minat beli (Studi Pada Konsumen Afdhol Coffee Panumbangan Ciamis)”**. Untuk ini saya mengharapkan kesediaan saudara untuk mengisi kuesioner ini, jawaban saudara terjamin kerahasiannya. Terimakasih atas waktu dan perhatian saudara untuk mengisi kuesioner ini.

Peneliti

**SYAHRUL HAZ
3402210203**

Petunjuk Pengisian

1. Setiap pernyataan dijawab atau di isi oleh Saudara/i berdasarkan pendapat dan tanggapan yang sebenarnya.
2. Jawaban atas pernyataan dilakukan dengan cara memberi tanda ceklis (✓) pada salah satu pilihan dari 5 (Lima) pilihan yang tersedia.
3. Jika terjadi kesalahan pada saat pengisian, cukup berikan tanda lingkaran pada jawaban yang salah dan menggantinya dengan pilihan jawaban lain yang menurut Saudara/Saudari sesuai.
4. Ada 5 (Lima) pilihan jawaban yang dapat dipilih yaitu :
 - a) Jawaban Sangat Setuju (SS) dengan Skor 5.
 - b) Jawaban Setuju (S) dengan Skor 4.
 - c) Jawaban Kurang Setuju (KS) dengan Skor 3.
 - d) Jawaban Tidak Setuju (TS) dengan Skor 2.
 - e) Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) dengan Skor 1.

Identitas Responden

1. Jenis Kelamin : (a) Laki-laki
(b) Perempuan
2. Usia : (a) 15 s/d 24
(b) 25 s/d 34
(c) 35 s/d 44
(d) 44 s/d 54
(e) 54 s/d 65
3. Pendidikan Terakhir : (a) SD/SMP
(b) SMA/SLTA
(c) Diploma (D1 dan D3) /Sarjana (S1)

KUESIONER

CELEBRITY ENDORSEMENT (X)

Mohon dijawab sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dengan memberikan tanda ceklis (✓) pada kolom yang sudah disediakan !

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Kepercayaan (<i>Trustworthines</i>)						
1	Konsumen merasa lebih percaya pada Afdhol Coffee ketika produk tersebut dipromosikan oleh selebritas yang dikenal jujur dan memiliki citra positif di mata publik.					
2	Reputasi selebritas yang memiliki integritas tinggi membantu membangun keyakinan bahwa Afdhol Coffee benar-benar menawarkan kualitas rasa dan bahan yang sesuai dengan apa yang disampaikan.					
3	Kepercayaan konsumen terhadap Afdhol Coffee meningkat karena selebritas yang meng-endorse produk ini dianggap tidak mudah mempromosikan sesuatu yang tidak sesuai dengan nilai dan prinsip pribadinya.					
4	Ketika selebritas yang mendukung Afdhol Coffee memiliki rekam jejak yang bersih dan bebas dari kontroversi, masyarakat memandang rekomendasinya sebagai sesuatu yang valid dan dapat diandalkan.					
Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)						
5	Daya tarik fisik dan penampilan selebritas yang digunakan Afdhol Coffee membuat produk terlihat lebih menarik sehingga memicu rasa ingin mencoba dari konsumen.					
6	Pesona serta gaya personal selebritas memberikan citra modern dan stylish pada					

	Afdhol Coffee, sehingga menambah kesan positif terhadap kualitas produknya.					
7	Karisma selebritas yang meng-endorse Afdhol Coffee mampu menciptakan daya tarik emosional yang membuat konsumen merasa lebih dekat dengan brand.					
8	Kehadiran selebritas yang memiliki gaya hidup inspiratif membuat Afdhol Coffee dipersepsikan sebagai produk yang mengikuti tren dan cocok untuk konsumen yang ingin tampil percaya diri.					
Keahlian (<i>Expertise</i>)						
9	Konsumen menilai promosi Afdhol Coffee lebih meyakinkan ketika dilakukan oleh selebritas yang dianggap memiliki pengetahuan atau pengalaman terkait kopi dan gaya hidup berkualitas.					
10	Selebritas yang memahami cita rasa dan kualitas bahan baku memberikan kesan bahwa Afdhol Coffee memang layak direkomendasikan berdasarkan keahlian, bukan sekadar popularitas.					
11	Ketika selebritas memiliki reputasi sebagai pecinta kopi atau ahli dalam bidang kuliner, rekomendasinya terhadap Afdhol Coffee dipandang lebih kredibel dan bernilai.					
12	Penjelasan selebritas mengenai karakter rasa Afdhol Coffee terlihat lebih dapat dipercaya karena didukung oleh kompetensi dan pemahaman yang mendalam terhadap produk sejenis.					

KUESIONER

MINAT BELI KONSUMEN (Y)

Mohon dijawab sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dengan memberikan tanda ceklis (✓) pada kolom yang sudah disediakan !

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Transaksional						
1	Saya cenderung membeli Afdhol Coffee ketika ada promosi atau diskon menarik.					
2	Saya akan membeli Afdhol Coffee karena harganya sepadan dengan kualitas yang ditawarkan.					
3	Saya bersedia melakukan pembelian Afdhol Coffee secara rutin karena kemudahan transaksi yang tersedia.					
Referensial						
4	Saya tertarik membeli Afdhol Coffee karena direkomendasikan oleh teman atau keluarga.					
5	Saya membeli Afdhol Coffee setelah melihat orang yang saya kagumi menggunakan atau merekomendasikannya.					
6	Pendapat orang lain yang saya percayai memengaruhi keputusan saya untuk membeli Afdhol Coffee.					
Preferensial						
7	Saya lebih memilih Afdhol Coffee dibandingkan merek kopi lain karena sesuai dengan selera saya.					
8	Saya cenderung membeli Afdhol Coffee karena saya menyukai kualitas dan cita rasanya.					
9	Afdhol Coffee menjadi pilihan utama saya saat ingin menikmati kopi.					
Eksploratif						
10	Saya tertarik mencoba varian baru atau inovasi produk yang ditawarkan Afdhol					

	Coffee.					
11	Saya suka membeli Afdhol Coffee untuk mencoba pengalaman baru dalam menikmati kopi.					
12	Keinginan untuk menemukan rasa dan sensasi kopi yang berbeda membuat saya membeli Afdhol Coffee.					

Hasil Angket Penelitian

Variabel Celebrity Endorsement (X1)

R/I	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL SKOR
1	4	4	3	5	3	3	5	3	5	3	3	4	56
2	3	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	60
3	5	3	5	4	4	3	2	3	3	4	4	4	54
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	55
5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	59
6	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	60
7	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	52
8	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	61
9	4	4	3	4	4	3	5	5	4	3	4	3	55
10	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	51
11	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	54
12	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	58
13	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	57
14	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	57
15	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	54
16	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	5	56
17	3	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	61
18	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	2	57
19	5	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	3	52

R/I	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL SKOR
20	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	50
21	2	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	48
22	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	53
23	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	57
24	4	4	4	4	3	3	5	5	3	3	3	4	56
25	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	56
26	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	3	58
27	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	51
28	4	5	4	4	3	4	3	5	3	3	4	3	57
29	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	56
30	4	5	5	4	3	4	5	5	4	4	4	3	62
31	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3	58
32	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	57
33	3	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	5	58
34	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	2	56
35	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	54
36	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	50
37	5	4	3	4	4	4	3	5	3	4	3	3	57
38	3	5	5	5	4	3	4	5	4	4	3	3	60
39	5	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	56
40	4	4	3	4	4	4	4	5	3	3	3	4	57
41	3	5	4	4	5	4	4	5	3	3	4	3	59

R/I	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL SKOR
64	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	64
65	3	3	4	4	2	4	4	4	3	3	4	4	52
66	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	62
67	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	68
68	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	47
69	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	56
70	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	54
71	3	3	5	4	2	2	4	5	4	4	4	5	58
72	5	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	54
73	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	60
74	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	56
75	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	60
76	5	4	4	5	4	3	3	3	3	3	4	4	55
77	4	4	2	3	4	4	4	3	5	4	4	5	57
78	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	63
79	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	52
80	4	5	4	5	3	3	4	3	3	4	3	3	54
81	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	52
82	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	59
83	3	4	4	5	5	4	4	4	3	3	3	4	59
84	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	59
85	4	5	4	5	3	3	4	3	3	4	3	3	54

R/I	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL SKOR
86	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	52
87	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	59
88	3	4	4	5	5	4	4	4	3	3	3	4	59
89	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	59
90	3	5	3	3	3	5	4	5	4	3	2	4	58
91	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	3	3	58
92	3	3	3	3	4	4	3	3	5	4	4	3	53
93	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	65
94	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	64
95	4	5	4	4	3	3	4	3	5	4	4	4	59
96	5	5	4	4	4	5	4	5	4	3	3	5	62
Jumlah	369	388	373	378	357	353	369	382	366	369	347	350	5469

Variabel Minat Beli (Y)

R/I	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL SKOR
1	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	49
2	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	55
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	51
4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	3	3	4	45
5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	52
6	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	53
7	4	4	3	5	3	4	4	4	3	4	4	4	46
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	57
9	5	5	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	55
10	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	45
11	5	3	5	5	3	3	4	3	4	3	3	4	45
12	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	54
13	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	52
14	4	5	4	5	5	5	4	3	5	5	4	4	53
15	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	4	5	51
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	49
17	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	51
18	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	55
19	5	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	47
20	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	48
21	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	5	4	45
22	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	50

R/I	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL SKOR
23	4	4	5	5	4	5	4	4		5	5	4	54
24	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	53
25	4	3	5	5	5	5	4	3	5	4	4	4	51
26	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	54
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
28	4	5	3	5	5	4	5	5	3	4	5	5	53
29	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	51
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	58
31	5	5	4	4	5	4	4	4	3	3	5	5	51
32	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	53
33	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	3	5	50
34	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	4	3	50
35	5	5	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	47
36	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	5	45
37	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	52
38	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	55
39	4	5	5	4	5	3	3	3	3	5	5	5	50
40	5	5	5	4	3	3	3	5	5	5	4	4	51
41	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	52
42	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	57
43	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	50
44	4	5	5	4	4	4	3	4	5	3	3	4	48
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	58
46	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	52

R/I	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL SKOR
71	4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	5	5	52
72	4	4	3	5	5	3	3	4	4	3	5	5	48
73	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	55
74	5	5	5	2	2	5	4	4	4	5	5	5	51
75	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	54
76	5	5	3	3	4	3	5	4	4	4	5	4	49
77	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	50
78	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	51
79	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	49
80	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	53
81	5	3	4	2	4	4	3	3	5	5	5	4	47
82	4	5	4	4	3	5	5	5	5	3	4	4	51
83	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	55
84	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	48
85	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	47
86	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	52
87	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	48
88	4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	5	5	52
89	4	4	3	5	5	3	3	4	4	5	5	5	50
90	4	5	4	4	3	5	5	5	5	3	4	4	51
91	5	5	4	4	5	5	5	2	3	4	4	4	50
92	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	48
93	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	47
94	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	52

R/I	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL SKOR
95	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4		48
96	4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	5	5	52
Jumlah	413	426	412	403	416	402	393	401	407	394	407	406	4880

HASIL ANALISIS KOEFISIEN KORELASI RANK SPEARMAN

Correlations

		X	Y
Spearman's rho	X	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	96
	Y	Correlation Coefficient	.630**
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	96

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

ANALISIS REGRESSION

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	50.8333	3.46005	96
X	45.8438	3.49233	96

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.630 ^a	.397	.429	2.61359	.435	72.500	1	94	.000

a. Predictors: (Constant), X

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	495.234	1	495.234	72.500	.000 ^b
	Residual	642.099	94	6.831		
	Total	1137.333	95			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.862	3.530		5.910	.000
	X	.654	.077	.660	7,865	.000

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	X
1	1	1.997	1.000	.00	.00
	2	.003	26.430	1.00	1.00

a. Dependent Variable: Y

Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji t)

Uji 2 sisi (Two - Tailed Test)						
Derajat Bebas	Tingkat Signifikansi					
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01
1	1,000	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657
2	0,817	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925
3	0,765	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841
4	0,741	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604
5	0,727	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032
6	0,718	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707
7	0,711	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499
8	0,706	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355
9	0,703	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169
11	0,697	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106
12	0,695	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055
13	0,694	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012
14	0,692	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977
15	0,691	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947
16	0,690	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921
17	0,689	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898
18	0,688	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878
19	0,688	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861
20	0,687	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845
21	0,686	1,323	1,721	2,091	2,518	2,831
22	0,686	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819
23	0,685	1,319	1,714	2,069	2,500	2,91 7
24	0,685	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797
25	0,684	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787
26	0,684	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779
27	0,684	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771
28	0,683	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763
29	0,683	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756
30	0,683	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750
31	0,682	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744
32	0,682	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738
33	0,682	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733
34	0,682	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728
35	0,682	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724
36	0,681	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719
37	0,681	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715
38	0,681	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712
39	0,681	1,304	1,685	2,023	2,426	2,708
40	0,681	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704

41	0, 681	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701
42	0,691	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698
43	0,691	1,302	1,661	2,017	2,416	2,695
44	0,691	1,301	1,691	2,015	2,414	2,692
45	0,691	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690
46	0,691	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687
47	0,691	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685
48	0,691	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682
49	0,691	1,299	1,677	2,010	2,405	2,691
50	0,679	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678
51	0,679	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676
52	0,679	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674
53	0,679	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672
54	0,679	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670
55	0,679	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668
56	0,679	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667
57	0,679	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665
58	0,679	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663
59	0,679	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662
60	0,679	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660
61	0,679	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659
62	0,678	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657
63	0,678	1,295	1,669	1,991	2,387	2,656
64	0,678	1,295	1,669	1,991	2,386	2,655
65	0,678	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654
66	0,678	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652
67	0,678	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651
68	0,678	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650
69	0,678	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649
70	0,678	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648
71	0,678	1,294	1,667	1,994	2,391	2,647
72	0,678	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646
73	0,678	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645
74	0,678	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644
75	0,678	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643
76	0,678	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642
77	0,678	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641
78	0,678	1,293	1,665	1,991	2,375	2,640
79	0,678	1,292	1,662	1,990	2,374	2,640
80	0,678	1,292	1,662	1,990	2,374	2,639
81	0,678	1,292	1,662	1,990	2,373	2,638
82	0,677	1,292	1,662	1,989	2,373	2,637
83	0,677	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636
84	0,677	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636
85	0,677	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635

86	0,677	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634
87	0,677	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634
88	0,677	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633
89	0,677	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632
90	0,677	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632
91	0,677	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631
92	0,677	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630
93	0,677	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630
94	0,677	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629
95	0,677	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629
96	0,677	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628
97	0,677	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627
98	0,677	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627
99	0,677	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626
100	0,677	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626



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

Nomor : 8425/34/SP/AK/D/XII/2024
Lampiran : -
Perihal : ijin Penelitian Skripsi

Kepada Yth,
Owner Merchandise Diesel Dirty
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 : Syahrul Haz
Nomor Pokok / NIM. : 3402210203
Asal Program Studi : Manajemen
Tempat Tanggal Lahir : Ciamis, 02 Maret 2002
Telepon / HP : 087730284569
Alamat : Dsn Medanglayang RT/RW 01/01 Desa Medanglayang Kec. Panumbangan Kab. Ciamis
Lamanya Penelitian : Desember 2024 s/d Februari 2025
Judul Penelitian : Pengaruh Endorsment dan Sosial Media Instagram Terhadap Daya Tarik Beli Merchandise Diesel Dirty

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

Ciamis, 19 Desember 2024
a.n Dekan,
Wakil Dekan I

Elin Herlina, S.Pd., M.M.
NIK. 3112770081



AFDHOL COFFEE & RESTO
Jl. Nanggaleng - Cirahayu No.145, Sindangmukti,
Panumbangan, Ciamis, Jawa Barat 46263

Telpon : 0815-8675-6359

Instagram: afdhol.coffee

Tiktok: afdholcoffee

Ciamis, 15 September 2025

Nomor : 01/AFDHOLCOFFEE/III/2025
Lampiran : -
Perihal : Balasan Izin Penelitian

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Galuh Ciamis
di
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sebagai tindak lanjut dari surat penelitian mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh di Afdhol Coffee & Resto dengan nomor surat: 05757/35/SP/AK/D/III/2025 mengenai izin penelitian skripsi tertanggal 15 September 2025, kami menyetujui permohonan tersebut.

Pada dasarnya kami pihak Afdhol Coffee & Resto tidak merasa keberatan dan memberi izin kepada:

Nama : Syahrul Haz
NIM : 3402210203

Untuk melakukan penelitian dan pengumpulan data dengan judul skripsi "PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN" Di Afdhol Coffee & Resto.

Demikian surat balasan penelitian ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

AFDHOL COFFEE & RESTO

Rizal Bahrul M

