

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### IV.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, menunjukkan bahwa seluruh responden dalam penelitian ini adalah pengguna fitur Go-Pay dari aplikasi Go-Jek dan pengikut akun *instagram* @gopayindonesia, dan sebagian besarnya merupakan mahasiswa. Pendapatan per bulan yang diperoleh mayoritas responden lebih dari Rp.2.000.000, dengan besaran top-up Go-Pay mayoritas tidak lebih dari Rp.300.000. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki kebiasaan untuk mengamati iklan promo di akun *instagram* Go-Pay, sekitar 1-10 kali dalam seminggu. Hal demikian dikarenakan responden merasa tertarik dengan promo-promo yang ditawarkan melalui iklan dalam akun *instagram*, dan kecenderungan untuk membeli produk ketika ada promo lebih besar.

Nilai signifikansi yang di hasilkan dari uji regresi menunjukkan bahwa terdapat signifikansi antar variabel dengan angka signifikan 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa angka yang diperoleh lebih kecil dari angka probabilitas yaitu 0,050. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya “Ada Pengaruh Daya Tarik Iklan Go-Pay Melalui Media Sosial *Instagram* Terhadap Minat Beli Pengikut dari Akun *Instagram* Milik Go-Pay yaitu @gopayindonesia”.

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini “Apakah ada pengaruh daya tarik iklan Go-Pay melalui media sosial *instagram* terhadap minat beli pengikut akun *instagram* @gopayindonesia?” Maka terjawab rumusan masalah dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa koefisien determinasi nilai R square 0,451. Maka dapat

disimpulkan bahwa daya tarik iklan Go-Pay dapat mempengaruhi minat beli pengikut akun *instagram* @gopayindonesia. Pengaruh yang diberikan sebesar 45,1%. Besarnya pengaruh yang diberikan sebesar 45,1% yang didapatkan dari nilai R square menandakan bahwa daya tarik iklan termasuk cukup tinggi untuk meningkatkan minat beli pengikut akun *instagram* @gopayindonesia.

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan ini juga dapat disimpulkan bahwa dari adanya daya tarik iklan secara rasional dan emosional dapat menimbulkan enam respon seperti yang ada pada *facet model of effect* diantaranya yaitu dimulai dari adanya respon persepsi yang dalam hal ini berkaitan dengan iklan promo yang ditawarkan melalui akun *instagram* Go-Pay Indonesia dapat menghasilkan persepsi yang beragam pada setiap konsumennya dan apabila pesan dalam iklan tersebut sesuai dengan kebutuhan dari para pengikut akun *instagram* @gopayindonesia maka akan terus diingat atau kemudian mencari detailnya. Kemudian pada respon emosi yang berkaitan dengan perasaan konsumen dalam hal ini yaitu konsumen menyukai promo yang ditawarkan, serta berharap dapat memperolehnya. Respon yang dapat ditimbulkan selanjutnya adalah respon berupa kognisi yang merujuk pada cara konsumen mencari informasi terkait produk yang diiklankan, dalam hal ini konsumen mencari informasi yang lebih detail pada *instagram* maupun aplikasi dari Go-Jek itu sendiri untuk memastikan kebenaran dari iklan yang ditampilkan dan dapat memenuhi kebutuhannya.

Kemudian setelah mencari tahu, respon yang dapat ditimbulkan selanjutnya yaitu respon asosiasi yang merujuk pada *brand* dari suatu produk menunjukkan kualitas yang diberikan, dalam hal ini adanya kepercayaan dalam diri konsumen terhadap fitur Go-Pay milik aplikasi Go-jek membuat konsumen merasa bahwa segala bentuk promo yang ditawarkan sesuai dengan yang dibutuhkan. Selanjutnya yaitu adanya respon persuasi yang merujuk pada adanya usaha dari konsumen untuk mengajak orang lain dalam

melakukan pembelian. Respon yang terakhir yaitu perilaku menunjukkan tindakan yang dilakukan konsumen setelah melihat dan mencari informasi dari iklan yang ada. Jika konsumen merasa tertarik dan cocok dengan promo yang ditawarkan, maka timbul minat untuk membeli dan pada akhirnya konsumen tersebut akan memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan pada saat ada promo berupa *cashback* tersebut.

## IV.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

### a. Bagi manajemen Go-Pay

Manajemen dapat membuat iklan promo berupa *cashback* atau diskon, di mana berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa promo berupa potongan harga cenderung mendapat perhatian lebih dari pengikut instagram maupun konsumen pada umumnya. Selain itu, manajemen juga dapat membuat iklan yang ditayangkan dalam akun instagramnya dengan desain dan konten yang menarik, sehingga membuat pengikut akun *instagram*-nya tertarik untuk mencari tahu lebih banyak informasi terkait promo-promo yang ditawarkan. Tingginya ketertarikan terhadap iklan promo ini, dapat menciptakan keinginan membeli produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya terhadap produk tersebut dan penghematan biaya yang dapat dikeluarkan, sehingga pada akhirnya konsumen akan memutuskan untuk membelinya.

### b. Bagi peneliti selanjutnya

Besarnya pengaruh yang diberikan sebesar 45,1% yang didapatkan dari didapatkan dari nilai R square, menandakan bahwa masih terdapat faktor lain yang diduga dapat mempengaruhi minat beli. Oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya

dapat menambahkan variabel lain yang diduga dapat memengaruhi minat beli, seperti elektronik *word of mouth*.



## Daftar Pustaka

- Alkatiri, S., Tumbel, A.L., Roring, F. (2017). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Matahari Departement Store Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, Vol. 5(2), 1781-1792. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i2.16394>.
- Arifin, T. (2018). *Berani Jadi Pengusaha, Sukses Usaha dan Raih Pinjaman*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Belch, George E., Belch, Michael, A. (2015). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective, 10th Edition*. Singapore: Mc Graw Hill Education.
- Dieda, E. (22 Desember 2017). *Globalisasi Telah Menggeser Nilai Konsumsi Orang*. Diakses 30 Januari 2019, dari Nusantara News: <https://nusantaranews.co/globalisasi-telah-menggeser-nilai-konsumsi-orang/>
- Driver Gojek.com. (n.d). *Keuntungan Menggunakan Go-Pay di Rekan Usaha Go-Pay*. Diakses pada tanggal 14 November 2019, dari Driver Gojek: <https://driver.go-jek.com/s/article/Keuntungan-menggunakan-GO-PAY-di-Rekan-Usaha-GO-PAY-1536822069711>,
- Effendi, S., & Singarimbun, M. (1995). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES.
- Effendi, S., & Singarimbun, M. (2006). *Metode Penelitian Survei (Edisi Revisi)*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES.
- Enterprise, J. (2014). *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Enterprise, J. (2018). *SPSS Komplet untuk Mahasiswa*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gojek.com. (n.d.). *Cara Top-up*. Diakses pada tanggal 11 November 2020, dari Gojek: <https://www.gojek.com/gopay/cara-top-up/>

- Gultom, J. (12 Februari 2018). *GoJek : Menangkap Peluang dalam Perkembangan Zaman*. Diakses 30 Januari 2019, dari Podomoro University: <https://podomorouniversity.ac.id/news/detail/gojek-menangkap-peluang-dalam-perkembangan-zaman>
- Hereyah, Y. (2014). Iklan Mobil di Media Cetak Analisis Elemen Copywriting dan Visualisasi di Majalah SWA. *Jurnal Visi Komunikasi*, Vol. 13(2), 169-184.
- Idris, M. (24 Januari 2019). *Hasil Survei: Go-Pay Jadi Uang Elektronik Paling Banyak Dipakai di RI*. Diakses 30 Januari 2019, dari Detikcom: <https://finance.detik.com/moneter/d-4398523/hasil-survei-go-pay-jadi-uang-elektronik-paling-banyak-dipakai-di-ri>
- Josina. (06 Desember 2017). *Soal Fitur Baru Instagram: Stories Highlights dan Stories Archive*. Diakses 30 Januari 2019, Detikcom: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3757615/soal-fitur-baru-instagram-stories-highlights-dan-stories-archive>
- Jusuf, D.I. (2018). *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online*. Yogyakarta: Andi.
- Kadji, Y. (2016). *Metode Penelitian Ilmu Administrasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kasali, R. (1992). *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama
- Kertajaya, H. (2017). *Entrepreneurial Marketing: Compass & Canvas*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama
- Krisyantono, R. (2008). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media.
- Lucas, D.B & Britt, S.H. (2003). *Advertising Psychology and Research*. New York: Mc Graw-Hill.
- Moriarty, S., Mitchell, N., Wells, W. (2011). *Advertising, 8th Edition*. Jakarta: Kencana
- Nadya, N. (15 November 2019). *Bersiap XYZ Day 2018, Cek Beda Karakter 3 Generasi X, Y, dan Z*. Diakses 15 November 2019, dari Liputan6: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3438737/bersiap-xyz-day-2018-cek-beda-karakter-3-generasi-x-y-dan-z>
- Rakhmat, J. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya

- Ramadhani, Y. (22 Agustus 2017). *Mengapa Media Sosial Jadi Sarana Menjual Produk?*. Diakses 30 Januari 2019, dari Tirto.id: <https://tirto.id/mengapa-media-sosial-jadi-sarana-menjual-produk-cu46>
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi promosi yang kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2004). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Jakarta: Indeks.
- Santoso, S. (2003). *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik dengan SPSS Versi 11.5*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Setiawan, S.R. (18 Desember 2017). *Menilik Tiga Fintech yang Diakuisisi Go-Pay*. Diakses 30 Januari 2019, dari Kompas Online: <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/12/18/172010026/menilik-tiga-fintech-yang-diakuisisi-go-pay>
- Setyawan, F.E.B. (2017). *Pedoman Metodologi Penelitian: ( Statistika Praktis)*. Sidoarjo: Zifatama Jawara.
- Shimp, T. (2007). *Integrated Marketing Communication in Advertising & Promotion*. Seven Edition. South Western: International Student Edition Thompson
- Simamora, B. (2005). *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Situmeang, I.V.O. (2013). Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi Toko Bagus Terhadap Minat Beli (Survey Pada Warga Kompleks Citra Gran Cluster Central Garden, Cibubur). *Jurnal Komunikologi*, Vol. 10(1), 1-8. <https://komunikologi.esaunggul.ac.id/article/view>
- Thamrin, A. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Rajawali Pers.
- Viki, T., Toma, D., G, Esther. (2014). *Formula Sukses Perusahaan Mapan Mengembangkan Ekosistem Inovasi. The Corporate Startup*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Waseso, H.P., & Hidayat, M. S. (2016). *Mengaplikasikan Kurikulum Berbasis KKNI: Pengalaman Di Program Studi PGMI Unsiq Jawa Tengah*. Wonosobo: CV. Mangku Bumi Media.

Widoyoko, S.E.P. (2016). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Yusuf, O. (24 November 2014). *Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia*. Diakses 30 Januari 2019, dari Kompas Online: <https://tekno.kompas.com/read/2014/11/24/07430087/Pengguna.Internet.Indonesia.Nomor.Enam.Dunia>.

Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Canada: O'Reilly Media







## Lampiran 1. Kuesioner

### KUESIONER PENELITIAN

#### **PENGARUH DAYA TARIK IKLAN G0-PAY MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PENGIKUT AKUN INSTAGRAM @GOPAYINDONESIA**

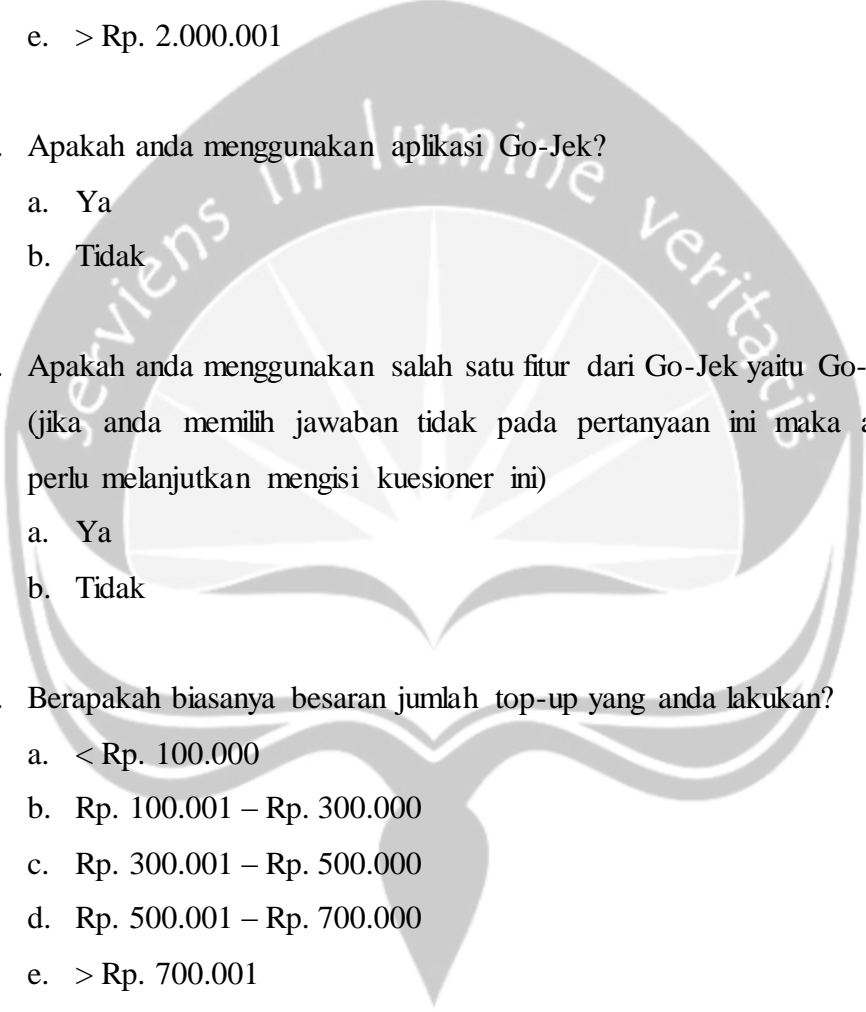
Perkenalkan saya Ayu Dita Lestari, mahasiswi dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta jurusan Ilmu Komunikasi. Pada tahun 2019 ini saya sedang melakukan riset penelitian untuk keperluan skripsi saya. Judul yang tertera di atas adalah judul dari penelitian saya di tahun 2019 ini. Dengan demikian, saya meminta kesediaan teman-teman untuk dapat mengisi beberapa pertanyaan dan pernyataan berikut:

#### **Petunjuk Pengisian:**

1. Kuesioner ini hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian dan keperluan akademis.
2. Baca dengan teliti dan seksama setiap pertanyaan dan pilihan jawaban yang telah disediakan.
3. Pilihlah pilihan jawaban yang sesuai dengan pendapat anda.
4. Beri tanda (x) pada jawaban yang anda pilih.
5. Terima kasih sudah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

#### **A. Identitas Responden**

1. Pekerjaan:
  - a. Mahasiswa/i
  - b. Pegawai (PNS/Swasta)
  - c. Wiraswasta
  - d. Lainnya: .....

- 
2. Pendapatan Per Bulan:
    - a. < Rp. 500.000
    - b. Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000
    - c. Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
    - d. Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000
    - e. > Rp. 2.000.001
  
  3. Apakah anda menggunakan aplikasi Go-Jek?
    - a. Ya
    - b. Tidak
  
  4. Apakah anda menggunakan salah satu fitur dari Go-Jek yaitu Go-pay?  
(jika anda memilih jawaban tidak pada pertanyaan ini maka anda tidak perlu melanjutkan mengisi kuesioner ini)
    - a. Ya
    - b. Tidak
  
  5. Berapakah biasanya besaran jumlah top-up yang anda lakukan?
    - a. < Rp. 100.000
    - b. Rp. 100.001 – Rp. 300.000
    - c. Rp. 300.001 – Rp. 500.000
    - d. Rp. 500.001 – Rp. 700.000
    - e. > Rp. 700.001
  
  6. Saya selalu mengamati iklan-iklan berupa promo yang ada pada akun instagram @gopayindonesia
    - a. Ya
    - b. Tidak

7. Apakah anda tertarik dengan promosi yang ditawarkan melalui iklan tersebut?
  - a. Ya
  - b. Tidak
  
8. Saya adalah orang yang senang melakukan pembelian produk ketika ada promo atau diskon
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Tidak Setuju
  - d. Sangat Tidak Setuju

**Petunjuk Pengisian :**

1. Pada setiap pernyataan pilihlah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda.
2. Beri tanda centang (√) pada pilihan jawaban yang anda pilih.
 

SS : Sangat Setuju	TS : Tidak Setuju
S : Setuju	STS : Sangat Tidak Setuju
3. Jika terdapat pernyataan yang tidak dimengerti, tanyakan langsung pada peneliti.
4. Terima kasih sudah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.

No	Pernyataan	Tanggapan Responden			
		SS	S	TS	STS
<b>Daya Tarik Informatif atau Rasional</b>					
1	Saya melihat bahwa Go-Pay sangat memanfaatkan penggunaan <i>instagram</i> sebagai salah satu media untuk mengiklankan promosi-promosinya yang berupa <i>cashback</i>				

2	Melalui penggunaan akun <i>instagram</i> @gopayindonesia, Go-Pay banyak menampilkan iklan-iklan sangat yang informatif				
3	Produk-produk yang ditawarkan adalah produk-produk yang berasal dari <i>brand</i> maupun gerai toko ternama. (Contoh: <i>Breadtalk, Starbucks, Chatime, Warunk Upnormal, Yamie Panda, Alfamart, Fun World, Giant, dll</i> )				
4	Sebagian besar iklan yang ditampilkan merupakan iklan yang berkaitan dengan promosi berupa <i>cashback</i>				
5	Selalu mengusung tema-tema tertentu pada setiap iklan yang ditampilkan di akun <i>instagram @gopayindonesia</i>				
6	Iklan-iklan yang ditampilkan pada akun <i>instagram @gopayindonesia</i> memperlihatkan bahwa fitur Go-Pay sangat bermanfaat				
7	Melalui gambar-gambar yang ditampilkan pada iklan-iklannya, saya berpendapat bahwa iklan Go-Pay di akun <i>instagram @gopayindonesia</i> dibuat oleh tenaga desain <i>graphis</i> yang profesional				
8	Melalui gambar-gambar yang ditampilkan pada iklan-iklannya, saya berpendapat bahwa gambar dan desain yang ditampilkan				

	memiliki kualitas yang baik dan menarik				
9	Saya berpendapat bahwa dengan menggunakan fitur Go-Pay saya bisa mendapatkan produk dengan <i>cashback</i> yang cukup besar				
10	Saya berpendapat bahwa dengan menggunakan fitur Go-Pay ini saya bisa melakukan penghematan terhadap biaya pengeluaran sehari-hari				
<b>Daya Tarik Emosional</b>					
1	Tampilan iklan yang ada pada akun <i>instagram</i> @gopayindonesia dapat menimbulkan rasa senang				
2	Tampilan iklan yang ada pada akun <i>instagram</i> @gopayindonesia dapat menimbulkan keinginan untuk berbelanja				
3	Dengan menggunakan fitur Go-Pay dan memanfaatkan promosi yang diiklankan dapat menimbulkan rasa bangga				
4	Desain dari iklan-iklan yang ditampilkan dalam akun <i>instagram</i> @gopayindonesia sangat menarik perhatian karena sebagian besar ditampilkan dengan warna <i>background</i> yang khas yaitu biru muda				
5	Desain dari iklan-iklan yang ditampilkan dalam akun <i>instagram</i> @gopayindonesia sangat menarik perhatian karena menampilkan besaran angka dari promosi				

	berupa <i>cashback</i> yang ada. (Contoh: <i>Cashback</i> sebesar 70%)				
6	Desain dari iklan-iklan yang ditampilkan selalu mengusung tema khusus yang tidak ketinggalan jaman				
<b>Minat Beli</b>					
<b>Perhatian</b>					
Setelah saya melihat iklan promosi berupa <i>cashback</i> yang diposting oleh akun <i>instagram @gopayindonesia</i> , saya:					
1	Ingin mencari tahu besaran minimal atau maksimal dari transaksi pembelian agar bisa mendapatkan <i>cashback</i> . (Contoh: Akan mendapatkan <i>cashback</i> apabila telah melakukan transaksi pembelian minimal Rp. 40.000)				
2	Ingin mencari tahu besaran nilai maksimal dari total <i>cashback</i> yang akan di dapatkan. (Contoh: Akan mendapatkan maksimal <i>cashback</i> senilai Rp. 20.000).				
3	Ingin mencari tahu sampai kapan promosi tersebut berlangsung				
4	Ingin mencari tahu syarat dan ketentuan apa saja yang diberlakukan agar bisa mendapatkan promosi berupa <i>cashback</i> tersebut.				
5	Ingin mencari tahu produk dari <i>brand</i> maupun gerai toko apa saja yang sedang				

	ada promosi berupa <i>cashback</i> .				
6	Ingin mencari tahu promosi lain yang ada dan mungkin lebih menarik.				
<p><b>Ketertarikan</b></p> <p>Setelah memperoleh informasi dari iklan promosi berupa <i>cashback</i> yang diposting melalui akun <i>instagram</i> @gopayindonesia, saya merasa tertarik dengan:</p>					
1	Promosi berupa <i>cashback</i> yang ditawarkan.				
2	Produk dari <i>brand</i> maupun gerai toko yang sedang ada promosi berupa <i>cashback</i> tersebut.				
3	Besaran jumlah <i>cashback</i> yang akan didapatkan.				
4	Jangka waktu dari periode promo <i>cashback</i> yang ditawarkan				
<p><b>Keinginan</b></p> <p>Setelah saya melihat iklan promosi berupa <i>cashback</i> yang diposting oleh akun <i>instagram</i> @gopayindonesia, saya memiliki keinginan untuk:</p>					
1	Memanfaatkan penggunaan fitur Go-Pay agar mendapatkan <i>cashback</i>				
2	Memiliki produk dari <i>brand</i> maupun gerai toko yang sedang ada promosi berupa <i>cashback</i> tersebut				
3	Mengikuti beberapa syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan agar bisa				



	mendapatkan <i>cashback</i> .				
4	Memenuhi keinginan untuk berbelanja saya dengan membeli produk yang saat itu sedang ada promosi berupa <i>cashback</i> .				
<b>Keyakinan</b>					
Setelah saya melihat iklan-iklan yang ada di akun <i>instagram</i> @gopayindonesia, Go-pay Indonesia ini dapat dipercaya, karena:					
1	Go-Pay merupakan salah satu fitur yang dikeluarkan oleh aplikasi terpercaya yaitu Go-Jek Indonesia.				
2	Akun <i>instagram</i> milik Go-Pay Indonesia sudah mendapatkan verifikasi akun asli oleh <i>instagram</i> ditandai dengan adanya tanda centang biru.				
3	Adanya kualitas desain yang bagus dan menarik dari iklan-iklan yang ditampilkan pada akun <i>instagram</i> @gopayindonesia.				
4	Tema dari desain iklan Go-Pay yang selalu mengikuti tren yang ada di tengah-tengah masyarakat pada saat itu.				
5	Produk-produk yang ditawarkan merupakan produk dari <i>brand</i> maupun gerai toko ternama.				
6	Promosi berupa <i>cashback</i> yang ditawarkan benar-benar berlaku pada periode yang sudah dicantumkan pada iklan tersebut.				
7	Terdapat jumlah " <i>like</i> " yang cukup banyak				

	pada setiap <i>posting</i> -an iklannya.				
8	Terdapat jumlah komentar positif yang cukup banyak pada setiap <i>posting</i> -an iklannya				
9	Memiliki admin khusus yang selalu memberikan respon pada setiap pertanyaan maupun keluhan dari konsumen.				
10	Selalu melakukan <i>update</i> terbaru terkait dengan promosi-promosi yang akan atau sedang diadakan.				
11	<i>Cashback</i> yang diberlakukan benar-benar sesuai dengan yang dicantumkan pada iklan.				
12	<i>Cashback</i> yang diberikan benar-benar berupa nominal angka rupiah bukan hanya sekedar poin.				

**Lampiran 2. Data Penelitian**

**Daya tarik iklan Go-Pay melalui media sosial instagram (X)**

No	Daya tarik iklan Go-Pay melalui media sosial instagram (X)															
	Daya Tarik Informatif/Rasional										Daya Tarik Emosional					
	DT11	DT12	DT13	DT14	DT15	DT16	DT17	DT18	DT19	DT110	DTE1	DTE2	DTE3	DTE4	DTE5	DTE6
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4
3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3
4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	4	2	2	3	3
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
6	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4
7	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3
9	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3
10	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3
13	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
14	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3
15	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3
16	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
17	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
19	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
20	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
21	3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	1	2	4	3
22	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	2	2	3	4	3
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3
24	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	3
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
26	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
28	2	3	3	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2
29	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	4	4
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
37	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3
38	4	4	4	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3
39	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	4	4	3
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
41	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4
42	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
43	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3
44	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
45	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	2	4	2	2	4	3
46	3	3	4	3	4	3	4	2	4	3	4	3	4	2	4	4
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3
48	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3
50	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	3	4	3	4	3

No	Daya tarik iklan Go-Pay melalui media sosial instagram (X)															
	Daya Tarik Informatif/Rasional										Daya Tarik Emosional					
	DT11	DT12	DT13	DT14	DT15	DT16	DT17	DT18	DT19	DT110	DTE1	DTE2	DTE3	DTE4	DTE5	DTE6
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
54	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3
56	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
57	3	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
58	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
59	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
60	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
63	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
64	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
70	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
73	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4
74	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
75	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2
76	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
77	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4
78	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
81	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3
82	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
84	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3
85	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
86	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3
87	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3
88	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	4	4
89	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4
90	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
91	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
92	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
94	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
95	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
96	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4
97	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3
98	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
99	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
100	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4

### Minat beli pengikut akun instagram miliki Go-Pay (Y)

No	Minat beli pengikut akun instagram miliki Go-Pay (Y)																								
	Perhatian						Ketertarikan				Keinginan				Keyakinan										
	PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	KT1	KT2	KT3	KT4	KI1	KI2	KI3	KI4	KY1	KY2	KY3	KY4	KY5	KY6	KY7	KY8	KY9	KY10	KY11
1	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	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
3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3
4	2	3	3	3	2	2	4	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
6	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4
9	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3
11	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3
12	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
13	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
14	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
15	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3
16	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
18	4	2	2	3	4	3	4	4	3	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	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
21	4	4	3	4	3	3	4	3	4	2	4	4	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
22	3	3	3	2	2	2	4	3	2	2	2	2	2	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
26	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	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	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2
29	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
32	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
33	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
34	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
35	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2

No	Minat beli pengikut akun instagram miliki Go-Pay (Y)																								
	Perhatian						Ketertarikan				Keinginan				Keyakinan										
	PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	KT1	KT2	KT3	KT4	KI1	KI2	KI3	KI4	KY1	KY2	KY3	KY4	KY5	KY6	KY7	KY8	KY9	KY10	KY11
36	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
37	4	4	4	4	3	2	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
38	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	2	2	3	3	3
39	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
40	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
41	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	2	4	3	3
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
43	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
44	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
46	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4
47	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
49	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3
50	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
52	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
53	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
54	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
55	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
57	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
58	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
60	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
63	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
64	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
65	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
66	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
67	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	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
69	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	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

No	Minat beli pengikut akun instagram miliki Go-Pay (Y)																										
	Perhatian						Ketertarikan				Keinginan				Keyakinan												
	PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	KT1	KT2	KT3	KT4	KI1	KI2	KI3	KI4	KY1	KY2	KY3	KY4	KY5	KY6	KY7	KY8	KY9	KY10	KY11	KY12	
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
72	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		
73	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		
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	
75	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	
77	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	
78	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
79	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	
80	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
81	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	2	4	4	4
82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
84	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
85	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
86	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	2	2	4	4	2	2	4	4	3	3	
87	4	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	
88	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	2	2	4	4	3	3	3	3	3	3	
89	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
90	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	
91	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
92	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	
93	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	
94	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	
95	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	
96	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
97	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
99	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	
100	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	

**Lampiran 3. Tabulasi Data Penelitian**

<b>No</b>	<b>DTI</b>	<b>DTE</b>	<b>PH</b>	<b>KT</b>	<b>KI</b>	<b>KY</b>	<b>Daya Tarik</b>	<b>Minat Beli</b>
1	3.00	3.33	3.17	3.00	3.00	3.00	3.13	3.04
2	3.80	3.33	3.83	4.00	3.75	3.92	3.63	3.88
3	3.40	3.50	3.17	3.50	3.00	2.83	3.44	3.04
4	2.90	2.67	2.50	3.00	2.50	2.83	2.81	2.73
5	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
6	3.70	3.67	3.67	3.75	3.25	3.92	3.69	3.73
7	3.10	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.06	3.00
8	3.00	2.83	4.00	3.50	3.00	3.08	2.94	3.35
9	3.70	3.33	3.83	3.75	3.50	3.67	3.56	3.69
10	3.20	3.00	3.00	3.00	3.00	3.33	3.13	3.15
11	3.00	3.00	4.00	3.50	3.50	3.33	3.00	3.54
12	3.50	3.50	3.83	3.50	3.75	3.17	3.50	3.46
13	3.50	3.00	3.33	3.00	3.25	3.75	3.31	3.46
14	2.90	3.17	3.67	3.25	3.00	3.08	3.00	3.23
15	2.90	3.17	4.00	3.00	3.00	3.08	3.00	3.27
16	3.30	4.00	3.50	3.25	3.25	4.00	3.56	3.65
17	2.90	3.17	3.00	2.75	3.00	3.17	3.00	3.04
18	3.00	2.83	3.00	3.75	4.00	4.00	2.94	3.73
19	3.50	3.50	4.00	3.75	3.00	3.00	3.50	3.35
20	3.50	3.00	3.17	3.00	3.00	3.17	3.31	3.12



<b>No</b>	<b>DTI</b>	<b>DTE</b>	<b>PH</b>	<b>KT</b>	<b>KI</b>	<b>KY</b>	<b>Daya Tarik</b>	<b>Minat Beli</b>
21	3.20	2.83	3.50	3.25	3.25	2.83	3.06	3.12
22	3.10	2.83	2.50	2.75	2.00	3.17	3.00	2.77
23	2.90	2.67	3.00	3.00	3.00	3.00	2.81	3.00
24	3.10	3.00	3.00	3.25	3.00	3.17	3.06	3.12
25	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
26	4.00	4.00	3.33	3.00	3.00	4.00	4.00	3.54
27	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
28	2.40	2.00	4.00	4.00	2.50	2.33	2.25	3.00
29	3.30	3.00	3.67	3.00	3.00	3.17	3.19	3.23
30	3.00	2.83	3.00	3.00	3.00	3.00	2.94	3.00
31	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
32	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
33	3.90	4.00	3.83	4.00	4.00	3.92	3.94	3.92
34	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
35	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.33	2.00	2.15
36	3.00	3.33	3.67	3.00	4.00	3.67	3.13	3.62
37	3.30	2.83	3.50	3.50	3.25	3.17	3.13	3.31
38	3.20	3.17	3.33	4.00	3.75	3.08	3.19	3.38
39	3.10	3.33	3.67	3.75	3.00	3.25	3.19	3.38
40	4.00	3.33	4.00	3.75	3.50	3.58	3.75	3.69
41	3.20	3.33	4.00	3.00	4.00	3.25	3.25	3.50
42	3.40	3.17	3.00	3.00	3.75	3.00	3.31	3.12

<b>No</b>	<b>DTI</b>	<b>DTE</b>	<b>PH</b>	<b>KT</b>	<b>KI</b>	<b>KY</b>	<b>Daya Tarik</b>	<b>Minat Beli</b>
43	3.10	3.17	3.33	3.00	3.00	3.08	3.13	3.12
44	3.80	3.67	3.33	3.25	3.00	3.08	3.75	3.15
45	3.60	2.83	3.67	3.50	4.00	3.00	3.31	3.38
46	3.30	3.50	3.83	4.00	4.00	3.67	3.38	3.81
47	4.00	3.17	3.33	3.25	3.25	3.08	3.69	3.19
48	3.40	3.17	4.00	4.00	4.00	3.00	3.31	3.54
49	4.00	3.17	3.83	3.50	3.50	3.58	3.69	3.62
50	3.60	3.50	4.00	3.00	3.00	4.00	3.56	3.69
51	4.00	3.17	4.00	4.00	3.25	3.92	3.69	3.85
52	4.00	3.00	3.50	3.25	3.00	3.08	3.63	3.19
53	4.00	3.67	3.33	3.50	4.00	3.83	3.88	3.69
54	3.50	3.17	3.33	3.00	4.00	3.00	3.38	3.23
55	4.00	3.17	3.83	3.75	4.00	4.00	3.69	3.92
56	3.30	3.17	3.33	4.00	4.00	3.92	3.25	3.81
57	3.10	3.33	4.00	4.00	4.00	4.00	3.19	4.00
58	3.60	3.00	3.67	4.00	4.00	3.50	3.38	3.69
59	3.90	3.67	4.00	4.00	4.00	3.00	3.81	3.54
60	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	3.42	3.50	3.46
61	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.17	4.00	3.62
62	3.40	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.25	3.54
63	3.20	3.00	3.33	3.00	3.50	3.25	3.13	3.27
64	3.50	3.50	4.00	3.00	3.25	3.33	3.50	3.42

<b>No</b>	<b>DTI</b>	<b>DTE</b>	<b>PH</b>	<b>KT</b>	<b>KI</b>	<b>KY</b>	<b>Daya Tarik</b>	<b>Minat Beli</b>
65	4.00	4.00	3.50	3.50	3.75	3.75	4.00	3.65
66	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
67	3.00	3.17	3.83	4.00	4.00	4.00	3.06	3.96
68	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
69	3.50	3.50	3.33	4.00	3.00	4.00	3.50	3.69
70	3.50	3.17	4.00	4.00	4.00	4.00	3.38	4.00
71	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	3.54
72	3.90	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.94	4.00
73	3.50	3.83	4.00	4.00	4.00	4.00	3.63	4.00
74	3.30	3.17	4.00	3.75	3.50	3.67	3.25	3.73
75	3.10	2.67	2.83	3.00	2.75	3.17	2.94	3.00
76	3.30	3.17	4.00	3.75	3.50	3.67	3.25	3.73
77	3.40	3.83	3.50	3.25	3.50	3.67	3.56	3.54
78	3.20	3.83	3.50	3.00	3.00	4.00	3.44	3.58
79	4.00	4.00	3.17	3.75	3.00	3.67	4.00	3.46
80	3.20	4.00	3.83	3.50	3.50	3.17	3.50	3.42
81	3.40	3.33	4.00	3.75	3.50	3.42	3.38	3.62
82	2.90	2.67	3.00	3.00	3.00	3.00	2.81	3.00
83	3.00	3.00	3.00	3.00	2.75	3.25	3.00	3.08
84	3.20	3.33	3.83	3.50	3.75	3.00	3.25	3.38
85	3.40	3.17	3.67	2.75	3.00	3.00	3.31	3.12
86	3.10	3.50	3.33	3.25	3.25	3.17	3.25	3.23

<b>No</b>	<b>DTI</b>	<b>DTE</b>	<b>PH</b>	<b>KT</b>	<b>KI</b>	<b>KY</b>	<b>Daya Tarik</b>	<b>Minat Beli</b>
87	3.40	3.33	3.17	3.25	3.00	2.92	3.38	3.04
88	3.00	2.67	3.83	3.25	3.50	3.17	2.88	3.38
89	3.20	3.83	3.33	3.00	3.00	3.17	3.44	3.15
90	3.90	3.00	3.67	3.25	3.75	3.25	3.56	3.42
91	3.40	3.17	3.67	3.00	3.00	3.17	3.31	3.23
92	3.40	3.00	3.67	3.75	3.00	3.33	3.25	3.42
93	4.00	4.00	3.83	4.00	3.50	3.67	4.00	3.73
94	3.30	3.33	3.50	3.00	3.50	3.33	3.31	3.35
95	3.50	3.00	3.67	3.75	4.00	3.67	3.31	3.73
96	3.70	3.50	3.00	3.75	3.75	3.08	3.63	3.27
97	3.30	3.50	3.50	3.50	3.50	3.42	3.38	3.46
98	3.70	4.00	4.00	4.00	4.00	3.25	3.81	3.65
99	3.20	4.00	3.33	4.00	3.50	3.58	3.50	3.58
100	3.40	3.83	3.33	4.00	3.00	3.50	3.56	3.46

#### Lampiran 4. Karakteristik Responden Penelitian

No	Pekerjaan	Pendapatan per bulan	Pengguna aplikasi Go-Jek	Pengguna fitur Go-pay	Besaran jumlah Top-Up	Selalu mengamati iklan promo di akun instagram	Frekuensi mengamati dalam seminggu	Ketertarikan pada promosi	Senang membeli produk saat promo
1	Pegawai PNS/Swasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	Rp. 500.001 – Rp. 700.000	Ya	5-10 kali	Ya	Setuju
2	Mahasiswa/i	< Rp. 500.000	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	1-5 kali	Ya	Sangat setuju
3	Mahasiswa/i	Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	1-5 kali	Ya	Sangat setuju
4	Mahasiswa/i	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Setuju
5	Pegawai PNS/Swasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
6	Mahasiswa/i	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Setuju
7	Pegawai PNS/Swasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
8	Mahasiswa/i	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
9	Mahasiswa/i	< Rp. 500.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
10	Pegawai PNS/Swasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
11	Wiraswasta	Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
12	Mahasiswa/i	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	10-15 kali	Ya	Sangat setuju
13	Pegawai PNS/Swasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	> Rp. 700.001	Ya	5-10 kali	Ya	Setuju
14	Mahasiswa/i	< Rp. 500.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
15	Wiraswasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	> Rp. 700.001	Ya	5-10 kali	Ya	Setuju
16	Mahasiswa/i	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	5-10 kali	Ya	Tidak Setuju
17	Pegawai PNS/Swasta	Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	1-5 kali	Ya	Sangat setuju
18	Wiraswasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	> Rp. 700.001	Ya	5-10 kali	Ya	Setuju
19	Mahasiswa/i	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	10-15 kali	Ya	Sangat setuju
20	Mahasiswa/i	Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000	Ya	Ya	Rp. 300.001 – Rp. 500.000	Ya	1-5 kali	Ya	Setuju
21	Pegawai PNS/Swasta	Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	1-5 kali	Ya	Sangat setuju
22	Lainnya	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Tidak	1-5 kali	Tidak	Sangat setuju
23	Mahasiswa/i	Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Tidak	1-5 kali	Ya	Sangat setuju
24	Mahasiswa/i	< Rp. 500.000	Ya	Ya	Rp. 500.001 – Rp. 700.000	Ya	5-10 kali	Ya	Setuju
25	Pegawai PNS/Swasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	1-5 kali	Ya	Setuju
26	Mahasiswa/i	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
27	Mahasiswa/i	< Rp. 500.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
28	Mahasiswa/i	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Tidak	1-5 kali	Tidak	Tidak Setuju
29	Pegawai PNS/Swasta	Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Tidak	1-5 kali	Ya	Setuju
30	Lainnya	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
31	Wiraswasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	Rp. 300.001 – Rp. 500.000	Ya	5-10 kali	Ya	Setuju
32	Mahasiswa/i	< Rp. 500.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	1-5 kali	Ya	Sangat setuju
33	Pegawai PNS/Swasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	1-5 kali	Ya	Sangat setuju
34	Mahasiswa/i	< Rp. 500.000	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
35	Lainnya	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Tidak	1-5 kali	Tidak	Setuju

No	Pekerjaan	Pendapatan per bulan	Pengguna aplikasi Go-Jek	Pengguna fitur Go-pay	Besaran jumlah Top-Up	Selalu mengamati iklan promo di akun instagram	Frekuensi mengamati dalam seminggu	Ketertarikan pada promosi	Senang membeli produk saat promo
36	Pegawai PNS/Swasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	Rp. 300.001 – Rp. 500.000	Tidak	1-5 kali	Tidak	Sangat setuju
37	Lainnya	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Setuju
38	Mahasiswa/i	Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000	Ya	Ya	Rp. 300.001 – Rp. 500.000	Ya	10-15 kali	Ya	Setuju
39	Lainnya	< Rp. 500.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
40	Wiraswasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	5-10 kali	Tidak	Setuju
41	Pegawai PNS/Swasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	Rp. 300.001 – Rp. 500.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
42	Wiraswasta	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	5-10 kali	Ya	Setuju
43	Mahasiswa/i	< Rp. 500.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
44	Wiraswasta	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
45	Mahasiswa/i	< Rp. 500.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Setuju
46	Wiraswasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	Rp. 300.001 – Rp. 500.000	Ya	5-10 kali	Ya	Setuju
47	Lainnya	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Setuju
48	Mahasiswa/i	Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000	Ya	Ya	Rp. 300.001 – Rp. 500.000	Ya	5-10 kali	Ya	Setuju
49	Pegawai PNS/Swasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
50	Wiraswasta	Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	10-15 kali	Ya	Sangat setuju
51	Mahasiswa/i	< Rp. 500.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
52	Pegawai PNS/Swasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	10-15 kali	Ya	Sangat setuju
53	Lainnya	< Rp. 500.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	1-5 kali	Ya	Sangat setuju
54	Mahasiswa/i	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
55	Wiraswasta	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Setuju
56	Mahasiswa/i	< Rp. 500.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
57	Lainnya	Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
58	Mahasiswa/i	< Rp. 500.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
59	Pegawai PNS/Swasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	Rp. 500.001 – Rp. 700.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
60	Wiraswasta	Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Setuju
61	Mahasiswa/i	< Rp. 500.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	1-5 kali	Ya	Setuju
62	Pegawai PNS/Swasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
63	Lainnya	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	1-5 kali	Ya	Sangat setuju
64	Wiraswasta	Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	5-10 kali	Ya	Setuju
65	Wiraswasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Tidak Setuju
66	Mahasiswa/i	< Rp. 500.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
67	Mahasiswa/i	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
68	Pegawai PNS/Swasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
69	Wiraswasta	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Setuju
70	Mahasiswa/i	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
71	Pegawai PNS/Swasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
72	Mahasiswa/i	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
73	Mahasiswa/i	< Rp. 500.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Setuju
74	Wiraswasta	Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	10-15 kali	Ya	Sangat setuju
75	Mahasiswa/i	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Tidak	1-5 kali	Tidak	Sangat setuju

No	Pekerjaan	Pendapatan per bulan	Pengguna aplikasi Go-Jek	Pengguna fitur Go-pay	Besaran jumlah Top-Up	Selalu mengamati iklan promo di akun instagram	Frekuensi mengamati dalam seminggu	Ketertarikan pada promosi	Senang membeli produk saat promo
76	Wiraswasta	Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	10-15 kali	Ya	Sangat setuju
77	Wiraswasta	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Setuju
78	Mahasiswa/i	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
79	Pegawai PNS/Swasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
80	Wiraswasta	< Rp. 500.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Setuju
81	Mahasiswa/i	< Rp. 500.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Tidak Setuju
82	Lainnya	Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Tidak	1-5 kali	Ya	Setuju
83	Lainnya	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	1-5 kali	Ya	Sangat setuju
84	Mahasiswa/i	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Setuju
85	Pegawai PNS/Swasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
86	Wiraswasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	10-15 kali	Ya	Sangat setuju
87	Lainnya	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
88	Mahasiswa/i	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Ya	Ya	Rp. 300.001 – Rp. 500.000	Ya	5-10 kali	Ya	Setuju
89	Mahasiswa/i	< Rp. 500.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Setuju
90	Mahasiswa/i	< Rp. 500.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
91	Pegawai PNS/Swasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
92	Pegawai PNS/Swasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
93	Mahasiswa/i	< Rp. 500.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	1-5 kali	Ya	Sangat setuju
94	Wiraswasta	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
95	Wiraswasta	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	1-5 kali	Ya	Sangat setuju
96	Mahasiswa/i	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	1-5 kali	Ya	Sangat setuju
97	Pegawai PNS/Swasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	Rp. 100.001 – Rp. 300.000	Ya	1-5 kali	Ya	Sangat setuju
98	Mahasiswa/i	< Rp. 500.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	5-10 kali	Ya	Sangat setuju
99	Pegawai PNS/Swasta	> Rp. 2.000.001	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	1-5 kali	Ya	Tidak Setuju
100	Mahasiswa/i	< Rp. 500.000	Ya	Ya	< Rp. 100.000	Ya	1-5 kali	Ya	Sangat setuju

### 1. Pekerjaan responden

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Mahasiswa/i	43	43%
Pegawai PNS/Swasta	24	24%
Wiraswasta	21	21%
Lainnya	12	12%
Jumlah	100	100%

### 2. Pendapatan per bulan

Pendapatan per bulan	Frekuensi	Persentase
< Rp. 500.000	24	24%
Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	22	22%
Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	5	5%
Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000	17	17%
> Rp. 2.000.001	32	32%
Jumlah	100	100%

### 3. Penggunaan aplikasi Go-Jek

Penggunaan aplikasi Go-Jek	Frekuensi	Persentase
Tidak	0	0%
Ya	100	100%



Jumlah	100	100%
--------	-----	------

#### 4. Penggunaan fitur Go-Pay

Penggunaan fitur Go-Pay	Frekuensi	Persentase
Tidak	0	0%
Ya	100	100%
Jumlah	100	100%

#### 5. Jumlah Top-Up

Jumlah Top-Up	Frekuensi	Persentase
< Rp. 100.000	54	54%
Rp. 100.001 – Rp. 300.000	32	32%
Rp. 300.001 – Rp. 500.000	8	8%
Rp. 500.001 – Rp. 700.000	3	3%
> Rp. 700.001	3	3%
Jumlah	100	100%

#### 6. Selalu mengamati iklan promo di akun Instagram

Selalu Mengamati Iklan	Frekuensi	Persentase
Tidak	8	8%
Ya	92	92%
Jumlah	100	100%

**7. Frekuensi mengamati promosi yang ditawarkan**

Frekuensi Melihat Iklan di Akun Instagram dalam Seminggu	Frekuensi	Persentase
1-5 kali	26	26%
5-10 kali	66	66%
10-15 kali	8	8%
Jumlah	100	100%

**8. Ketertarikan terhadap iklan promosi**

Ketertarikan terhadap Iklan Promosi	Frekuensi	Persentase
Tidak	6	6%
Ya	94	94%
Jumlah	100	100%

**9. Senang melakukan pembelian produk ketika promo**

Senang Melakukan Pembelian Produk Ketika Promo	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	5	5%
Setuju	32	32%
Sangat Setuju	63	63%

Jumlah	100	100%
--------	-----	------



**Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas  
Variabel Daya Tarik Iklan**

**1. Daya Tarik Informatif atau Rasional  
Hasil Uji Validitas**

**Correlations**

	Daya Tarik Rasional		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
DTI1	.650**	.000	100
DTI2	.605**	.000	100
DTI3	.689**	.000	100
DTI4	.737**	.000	100
DTI5	.745**	.000	100
DTI6	.745**	.000	100
DTI7	.770**	.000	100
DTI8	.844**	.000	100
DTI9	.805**	.000	100
DTI10	.697**	.000	100
Daya Tarik Rasional	1		100

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Hasil Uji Reliabilitas

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.901	10

## 2. Daya Tarik Emosional

### Hasil Uji Validitas

### Correlations

	Daya Tarik Emosional		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
DTE1	.803**	.000	100
DTE2	.731**	.000	100
DTE3	.805**	.000	100
DTE4	.792**	.000	100
DTE5	.615**	.000	100
DTE6	.773**	.000	100
Daya Tarik Emosional	1		100

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

## Hasil Uji Reliabilitas

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.845	6

## Variabel Minat Beli

### 1. Perhatian

#### Hasil Uji Validitas

### Correlations

	Perhatian		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
PH1	.719**	.000	100
PH2	.714**	.000	100
PH3	.797**	.000	100
PH4	.885**	.000	100
PH5	.737**	.000	100
PH6	.816**	.000	100
Perhatian	1		100

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

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Hasil Uji Reliabilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.870	6

## 2. Ketertarikan

### Hasil Uji Validitas

#### Correlations

	Ketertarikan		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
KT1	.781**	.000	100
KT2	.869**	.000	100
KT3	.853**	.000	100
KT4	.816**	.000	100
Ketertarikan	1		100

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

## Hasil Uji Reliabilitas

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.848	4

### 3. Keinginan

#### Hasil Uji Validitas

### Correlations

	Keinginan		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
KI1	.834**	.000	100
KI2	.899**	.000	100
KI3	.847**	.000	100
KI4	.842**	.000	100
Keinginan	1		100

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



## Hasil Uji Reliabilitas

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.878	4

## 4. Keyakinan

### Hasil Uji Validitas

### Correlations

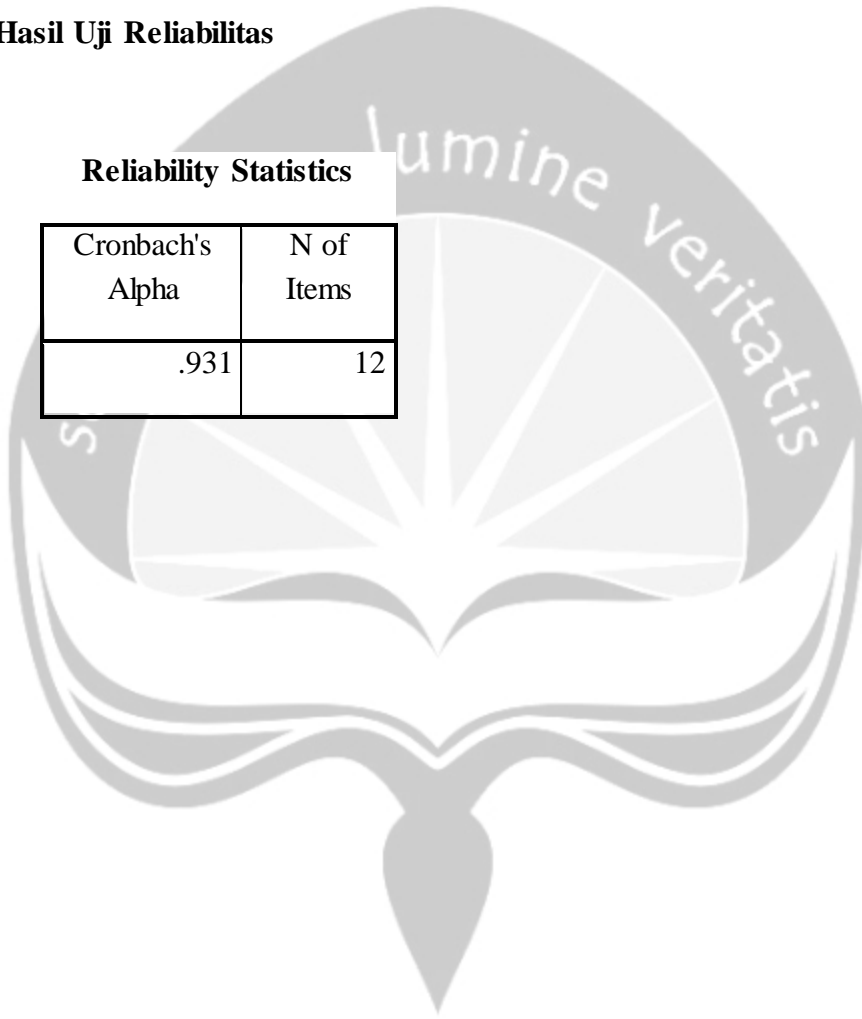
	Keyakinan		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
KY1	.586**	.000	100
KY2	.664**	.000	100
KY3	.770**	.000	100
KY4	.780**	.000	100
KY5	.742**	.000	100
KY6	.768**	.000	100
KY7	.765**	.000	100
KY8	.766**	.000	100
KY9	.770**	.000	100
KY10	.845**	.000	100
KY11	.786**	.000	100

KY12	.827**	.000	100
Keyakinan	1		100

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

### Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.931	12



**Lampiran 6. Hasil Analisis Statistik Deskriptif Tiap Item Variabel Penelitian**

**Variabel Daya Tarik Iklan**

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Daya Tarik Rasional	100	2.00	4.00	3.4100	.40164
Daya Tarik Emosional	100	2.00	4.00	3.3168	.44446
Valid N (listwise)	100				

**Variabel Minat Beli**

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perhatian	100	2.00	4.00	3.5463	.42183
Ketertarikan	100	2.00	4.00	3.4625	.44576
Keinginan	100	2.00	4.00	3.4075	.48286
Keyakinan	100	2.33	4.00	3.3828	.41247
Valid N (listwise)	100				

## Variabel Daya Tarik Iklan & Minat Beli

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Daya Tarik	100	2.00	4.00	3.3757	.38087
Minat Beli	100	2.15	4.00	3.4364	.34719
Valid N (listwise)	100				

### Variabel Daya Tarik Iklan

#### 1. Daya Tarik Informatif atau Rasional

##### DTI1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Setuju	33	33.0	33.0	35.0
Sangat Setuju	65	65.0	65.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

##### DTI2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0

Setuju	48	48.0	48.0	50.0
Sangat Setuju	50	50.0	50.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**DTI3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Setuju	30	30.0	30.0	31.0
Sangat Setuju	69	69.0	69.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**DTI4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Setuju	44	44.0	44.0	47.0
Sangat Setuju	53	53.0	53.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**DTI5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0

Setuju	56	56.0	56.0	61.0
Sangat Setuju	39	39.0	39.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**DTI6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Valid Setuju	58	58.0	58.0	60.0
Sangat Setuju	40	40.0	40.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**DTI7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	9	9.0	9.0	9.0
Valid Setuju	54	54.0	54.0	63.0
Sangat Setuju	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**DTI8**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
Valid Setuju	67	67.0	67.0	71.0
Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**DTI9**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
Valid Setuju	57	57.0	57.0	61.0
Sangat Setuju	39	39.0	39.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**DTI10**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	9	9.0	9.0	9.0
Valid Setuju	61	61.0	61.0	70.0
Sangat Setuju	30	30.0	30.0	100.0

Total	100	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

## 2. Daya Tarik Emosional

### DTE1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	8	8.0	8.0	8.0
Setuju	55	55.0	55.0	63.0
Sangat Setuju	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

### DTE2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
Setuju	59	59.0	59.0	66.0
Sangat Setuju	34	34.0	34.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



**DTE3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	14	14.0	14.0	15.0
Valid Setuju	52	52.0	52.0	67.0
Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	
Total	100	100.0		

**DTE4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	8	8.0	8.0	8.0
Valid Setuju	62	62.0	62.0	70.0
Sangat Setuju	30	30.0	30.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**DTE5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Valid Setuju	33	33.0	33.0	35.0

Sangat Setuju	65	65.0	65.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**DTE6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Setuju	62	62.0	62.0	65.0
Sangat Setuju	35	35.0	35.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



## Variabel Minat Beli

### 1. Perhatian

#### PH1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Setuju	19	19.0	19.0	21.0
Sangat Setuju	79	79.0	79.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

#### PH2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Setuju	30	30.0	30.0	33.0
Sangat Setuju	67	67.0	67.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

#### PH3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Setuju	40	40.0	40.0	42.0

Sangat Setuju	58	58.0	58.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**PH4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Setuju	44	44.0	44.0	47.0
Sangat Setuju	53	53.0	53.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**PH5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Setuju	50	50.0	50.0	53.0
Sangat Setuju	47	47.0	47.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**PH6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
Setuju	53	53.0	53.0	58.0
Sangat Setuju	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**2. Ketertarikan**

**KT1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Setuju	31	31.0	31.0	32.0
Sangat Setuju	68	68.0	68.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**KT2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Setuju	52	52.0	52.0	53.0

Sangat Setuju	47	47.0	47.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**KT3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Setuju	53	53.0	53.0	56.0
Sangat Setuju	44	44.0	44.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**KT4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
Setuju	57	57.0	57.0	63.0
Sangat Setuju	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

### 3. Keinginan

**KI1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Valid Setuju	44	44.0	44.0	46.0
Sangat Setuju	54	54.0	54.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**KI2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
Valid Setuju	51	51.0	51.0	56.0
Sangat Setuju	44	44.0	44.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**KI3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
Valid Setuju	50	50.0	50.0	54.0
Sangat Setuju	46	46.0	46.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**KI4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
Valid Setuju	60	60.0	60.0	65.0
Sangat Setuju	35	35.0	35.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**4. Keyakinan****KY1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Valid Setuju	29	29.0	29.0	30.0
Sangat Setuju	70	70.0	70.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**KY2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Valid Setuju	44	44.0	44.0	45.0
Sangat Setuju	55	55.0	55.0	100.0



Total	100	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

**KY3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	4	4.0	4.0	5.0
Valid Setuju	49	49.0	49.0	54.0
Sangat Setuju	46	46.0	46.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**KY4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
Valid Setuju	58	58.0	58.0	63.0
Sangat Setuju	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**KY5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0

Setuju	56	56.0	56.0	59.0
Sangat Setuju	41	41.0	41.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**KY6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Valid Setuju	58	58.0	58.0	59.0
Sangat Setuju	41	41.0	41.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**KY7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	9	9.0	9.0	9.0
Valid Setuju	56	56.0	56.0	65.0
Sangat Setuju	35	35.0	35.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**KY8**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	9	9.0	9.0	9.0

Setuju	61	61.0	61.0	70.0
Sangat Setuju	30	30.0	30.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**KY9**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Valid Setuju	60	60.0	60.0	63.0
Sangat Setuju	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**KY10**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Valid Setuju	59	59.0	59.0	60.0
Sangat Setuju	40	40.0	40.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**KY11**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0

Setuju	65	65.0	65.0	67.0
Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**KY12**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Valid Setuju	61	61.0	61.0	63.0
Sangat Setuju	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



## Lampiran 7. Hasil Uji Hipotesis

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Mode	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Daya Tarik <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. All requested variables entered.

### Model Summary

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.672 <sup>a</sup>	.451	.445	.25857

a. Predictors: (Constant), Daya Tarik

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.381	1	5.381	80.486	.000 <sup>b</sup>
	Residual	6.552	98	.067		
	Total	11.933	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Daya Tarik

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.370	.232		5.911	.000
1 Daya Tarik	.612	.068	.672	8.971	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

