

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan analisis pada bab empat maka dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah kalangan muda di Indonesia berusia 18-30 tahun yang pernah melihat iklan/*endorse* oleh *influencer* Fadil Jaidi di Instagram pada produk fashion.
2. Mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 119 responden dan sisanya laki-laki sebanyak 39 responden. Mayoritas responden berada dikisaran umur 21-23 tahun yaitu sebanyak 112 responden. Sebagian besar responden adalah pelajar atau mahasiswa dengan jumlah 130 responden dan mayoritas rata-rata uang saku/pendapatan per bulan sebesar Rp1.000.001 – Rp2.000.000.
3. Berdasarkan hasil pengujian pada H1 dapat disimpulkan bahwa kredibilitas selebriti dalam iklan memiliki pengaruh positif terhadap niat beli konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa seorang selebriti yang memiliki integritas, kejujuran, dan aspek lainnya yang membuat dirinya kredibel akan memengaruhi niat beli konsumen atas produk yang diiklankan. Konsumen akan lebih mudah memercayai selebriti yang kredibel.
4. Berdasarkan hasil pengujian pada H2 dapat disimpulkan bahwa daya tarik selebriti dalam iklan tidak memiliki pengaruh positif terhadap niat beli

konsumen. Hal ini mengartikan bahwa daya tarik yang dimiliki selebriti seperti penampilan dalam penyampaian isi pesan produk fashion yang di-*endorse* atau kecakapan tidak membuat konsumen terpengaruh dan tidak mengarah ke niat beli konsumen.

5. Berdasarkan hasil pengujian pada H3 dapat disimpulkan bahwa keahlian selebriti dalam iklan memiliki pengaruh positif terhadap niat beli konsumen. Hal ini berarti keahlian seorang selebriti akan memengaruhi niat beli konsumen. Semakin selebriti berpengalaman dan memiliki kemampuan yang baik maka akan semakin percaya konsumen terhadap selebriti tersebut. Disaat *endorser* menguasai produk yang diiklankan, maka perusahaan juga dapat menentukan pemilihan *endorser* mana yang berkompeten agar memperkuat informasi dari produk tersebut.
6. Berdasarkan hasil pengujian pada H4 dapat disimpulkan bahwa kesamaan antara selebriti dengan konsumen memiliki pengaruh positif terhadap niat beli. Hal ini berarti kesamaan yang dimiliki antara selebriti dan konsumen akan memengaruhi niat beli konsumen. Ketika terdapat kesamaan pada selebriti dan diri konsumen maka mereka akan merasa cocok dan sepemikiran dengan selebriti itu.
7. Berdasarkan hasil pengujian pada H5 dapat disimpulkan bahwa relevansi selebriti dengan produk memiliki pengaruh positif terhadap niat beli konsumen. Hal ini berarti adanya hubungan yang sesuai antara selebriti dengan produk yang diiklankan maka memengaruhi niat beli. Jika selebriti memiliki karakteristik yang sama dengan produk akan meningkatkan nilai tambah pada produk tersebut. Adanya kesesuaian selebriti pada produk

sehingga makna produk lebih tersampaikan ke konsumen sesuai target yang diinginkan.

8. Berdasarkan hasil uji beda dapat disimpulkan bahwa antara variabel kredibilitas selebriti, daya tarik selebriti, kesamaan selebriti, relevansi dengan produk, dan niat beli berdasarkan usia tidak terdapat perbedaan persepsi atau dengan kata lain responden memiliki penilaian yang sama terhadap Fadil Jaidi dalam mengiklankan produk fashion di Instagram. Sedangkan variabel keahlian selebriti yaitu keahlian dari Fadil Jaidi dalam mengiklankan produk fashion di Instagram terdapat perbedaan persepsi dilihat dari usia. Untuk hasil uji beda pada variabel kredibilitas selebriti, daya tarik selebriti, keahlian selebriti, kesamaan selebriti, relevansi dengan produk, dan niat beli berdasarkan jenis kelamin dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan penilaian berdasarkan jenis kelamin pada daya tarik selebriti, kesamaan selebriti, dan relevansi dengan produk. Sedangkan variabel kredibilitas selebriti, keahlian, dan niat beli berdasarkan jenis kelamin terdapat perbedaan penilaian. Dapat dikatakan bahwa kredibilitas dan keahlian Fadil Jaidi dalam mengiklankan produk fashion serta niat beli konsumen setelah melihat Fadil Jaidi mengiklankan produk fashion di Instagram dinilai berbeda oleh responden laki-laki dan perempuan.

5.2 Implikasi Manajerial

Pada penelitian ini membahas pengaruh *celebrity endorsement* terhadap niat beli dengan penggunaan influencer Fadil Jaidi di Instagram pada produk fashion. Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan bermanfaat bagi pelaku bisnis atau

perusahaan untuk menjadikannya bahan pertimbangan dalam peningkatan niat beli konsumen atas produk yang ditawarkan. Pemasar dapat memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produknya. *Celebrity endorsement* menjadi strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan bantuan seorang selebriti sebagai *endorser*. Iklan di media sosial dengan selebriti akan menghemat lebih banyak biaya iklan dan promosi daripada biasanya sehingga dapat memaksimalkan keuntungan perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas selebriti memiliki pengaruh positif terhadap niat beli. Hal tersebut berarti kredibilitas yang dimiliki oleh influencer Fadil Jaidi mampu memengaruhi niat beli konsumen pada produk fashion. Melalui integritas dan kejujuran *endorser* maka akan meningkatkan kepercayaan konsumen kepadanya. Selain itu, keahlian selebriti dan kesamaan selebriti dengan konsumen memberikan pengaruh positif pula terhadap niat beli. Sehingga perusahaan dan pemasar dalam mengiklankan produknya harus melihat dari segi *endorser* yang digunakan. Pemilihan *endorser* diharapkan sesuai dan berhubungan dengan produk yang ingin dipromosikan.

Perusahaan perlu memperhatikan karakteristik *endorser* mulai dari kredibilitas seberapa kredibelnya sumber, keahlian berkaitan dengan kemampuan sumber dalam menguasai produk fashion yang diwakilinya, adanya kesamaan antara sumber dengan konsumen dan relevansi selebriti dengan produk yang akan meningkatkan nilai dan citra dari produk perusahaan. Perusahaan dapat memilih selebriti sebagai *endorser* yang memiliki keahlian yang memadai dan adanya daya tarik tersendiri yang akan membedakannya dengan *endorser* lain sehingga

menonjolkan produk fashion yang diiklankan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memfokuskan pada pemilihan *endorser* yang tepat agar menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan niat beli. Pemasar juga dapat menggunakan selebriti yang berada dibidang fashion agar iklan menjadi lebih tersampaikan dengan baik dan tepat sasaran.

5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini menggunakan objek dari *celebrity endorsement* yaitu dengan influencer Fadil Jaidi.
2. Responden hanya ditujukan kepada kalangan muda yang berusia 18-30 tahun yang menggunakan Instagram dan mengetahui influencer Fadil Jaidi, serta pernah melihat iklan atau *endorse* pada produk fashion yang dipromosikan oleh Fadil Jaidi.
3. Pengumpulan data dilakukan pada penelitian ini dilakukan melalui kuesioner *online*. Dimana tidak dapat dipastikan dan mungkin terjadi pengisian ulang serta memungkinkan responden yang kurang memahami isi kuesioner sehingga tidak dapat dijelaskan oleh peneliti.

5.4 Saran Penelitian Selanjutnya

1. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan selebriti lainnya dalam *celebrity endorsement* untuk memperoleh hasil yang lebih beragam dan dapat memilih media *endorsement* pada *platform* media sosial selain Instagram yaitu seperti YouTube.

2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan untuk lokasi penelitian dapat lebih dipersempit agar hasil penelitian menjadi lebih maksimal.
3. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya yang kiranya berhubungan dan berkaitan dalam memengaruhi *celebrity endorsement* seperti variabel *likeability* dan *familiarity* dari *endorser*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, A., Afshan, G., & Khan, S. B. (2018). The Effect of Celebrity Endorsement on Customer Purchase Intention: A Comparative Study. *Current Economics and Management Research*, 4(1), 1–10. <https://www.researchgate.net/publication/322987493>
- Adam, M. A. (2017). Impact of Celebrity Endorsement on Consumer Buying Behavior. 5(3), 79-121.
- Awan, A., & Iqbal, J. (2014). The Role of Relationship Marketing in Building Customer's Loyalty- A case of study of the mobile Telecommunication industry in Southern Punjab-Pakistan. *British Journal of Marketing Studies*, 2(7), 60-79.
- Banjarnahor, D. (2020, Desember 15). *CNBC Indonesia*. Retrieved Maret 14, 2021, from <https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20201215100938-25-209125/fashion-aksesoris-umkm-unggulan-ri-berpotensi-dulang-devisa>
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2015). Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis. In *PT Rajagrafindo Persada, Depok*.
- Bergkvist, L., & Zhou, K. Q. (2016). Celebrity endorsements: a literature review and research agenda. *International Journal of Advertising*, 35(4), 642-663. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/02650487.2015.1137537>
- Chetioui, Y., Benlafqih, H., & Lebdaoui, H. (2020). How fashion influencers contribute to consumers' purchase intention. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 24(3), 361–380. <https://doi.org/10.1108/JFMM-08-2019-0157>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (12 ed., Vol. 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Djafarova, E., & Rushworth, C. (2017). Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users. *Computers in Human Behavior*, 68, 1–7. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.009>
- Eren-Erdogmus, İ., Lak, H. S., & Çiçek, M. (2016). Attractive or Credible Celebrities: Who Endorses Green Products Better? *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235(October), 587–594. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.085>

- Gaied, A. M., & Rached, K. S. (2017). The Congruence Effect between Celebrity and the Endorsed Product in Advertising. *Journal of Marketing Management*, 5(1), 27-44. doi:10.15640/jmm.v5n1a4
- Ghozali, P. I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9 ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gong, W., & Li, X. (2017). Engaging fans on microblog: the synthetic influence of parasocial interaction and source characteristics on celebrity endorsement. *Psychology and Marketing*, 34(7), 720–732. <https://doi.org/10.1002/mar.21018>
- Ha, N. M., & Lam, N. H. (2017). The Effects of Celebrity Endorsement on Customer's Attitude toward Brand and Purchase Intention. *International Journal of Economics and Finance*, 9(1), 64. <https://doi.org/10.5539/ijef.v9n1p64>
- Hair Jr, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2014). *Multivariate Data Analysis: With Readings*. New Jersey: Prentice Hall.
- Hakimi, Yousef, B., Abedniya, A., & Zaeim, M. N. (2011). Investigate the Impact of Celebrity Endorsement on Brand Image. *European Journal of Scientific Research*, 58, 116-132.
- Hani, S., Marwan, A., & Andre, A. (2018). The effect of celebrity endorsement on consumer behavior: Case of the Lebanese jewelry industry. *Arab Economic and Business Journal*, 13(2), 190–196. <https://doi.org/10.1016/j.aebj.2018.11.002>
- Ho, T. V., Phan, T. N., & Le-Hoang, V. P. (2020). THE AUTHENTICITY OF CELEBRITY ENDORSEMENT ON PURCHASE INTENTION - CASE ON LOCAL FASHION BRAND IN VIETNAM. *International Journal of Management (IJM)*, 11(6), 1347-1356. doi:10.34218/IJM.11.6.2020.123
- Jefkins, F. (2016). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Kasana, J., & Chaudhary, N. (2014). Impact of celebrity endorsement on consumers buying behaviour: a descriptive study. *International Research Journal of Commerce Arts and Science*, 5(2), 319-347.
- Kapitan, S., & Silvera, D. H. (2016). From digital media influencers to celebrity endorsers: attributions drive endorser effectiveness. *Marketing Letters*, 27(3), 553–567. <https://doi.org/10.1007/s11002-015-9363-0>

- Khan, M. S., Naumann, E., & Williams, P. (2012). IDENTIFYING THE KEY DRIVERS OF CUSTOMERSATISFACTION AND REPURCHASE INTENTIONS:AN EMPIRICAL INVESTIGATION OF JAPANESE B2B SERVICES. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 25, 159–178.
- Kemp, S. (2021, Februari 11). *DATAREPORTAL*. Retrieved Maret 14, 2021, from <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism* (5th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2014). *Marketing Management* (15 ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management* (6 ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kshetri, A., & Jha, B. (2016). Online Purchase Intention: A Study of Automobile Sector in India. *Review of Integrative Business and Economics*, 5(3), 35–59. <http://buscompress.com/journal-home.html>
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R* (1 ed.). Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama.
- Lim, X. J., Mohd Radzol, A. R. bt, Cheah, J.-H. (Jacky), & Wong, M. W. (2017). The Impact of Social Media Influencers on Purchase Intention and the Mediation Effect of Customer Attitude. *Asian Journal of Business Research*, 7(2), 19–36. <https://doi.org/10.14707/ajbr.170035>
- Lin, L. (2011). The impact of advertising appeals and advertising spokespersons on advertising attitudes and purchase intentions. *African Journal of Business Management*, 5(21), 8446-8457.
- Malik, M. E., Ghafoor, M. M., & Iqbal, H. K. (2013). Impact of Brand Image and Advertisement on Consumer Buying Behavior. *World Applied Sciences Journal*, 23(1), 117–122. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2013.23.01.824>
- Maoyan, Zhujunxuan, & Sangyang. (2014). Consumer Purchase Intention Research Based on Social Media Marketing. *International Journal of Business and Social Science*, 5(10), 92–97.
- Morimoto, M. (2018). Congruence and celebrity endorser credibility in Japanese OTC drug advertising. *International Journal of Pharmaceutical and*

- Healthcare Marketing*, 12(3), 234–250. <https://doi.org/10.1108/IJPHM-09-2017-0049>
- Muda, M., Musa, R., Mohamed, R. N., & Borhan, H. (2014). Celebrity Entrepreneur Endorsement and Advertising Effectiveness. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 11–20. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.002>
- Nam, L. G., & Dân, H. T. (2018). Impact of social media Influencer marketing on consumer at Ho Chi Minh City. *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 5(5), 4710–4714. <https://doi.org/10.18535/ijsshi/v5i5.10>
- Nazaruddin, A., & Yunita, D. (2015). Pengukuran Efektivitas Typical Person Endorser dan Celebrity Endorser Dengan Metode Source Model. *Proceeding Sriwijaya Economic and Business Conference*, 173–179. Celebrity Endorser, Typical Person Endorser, Attractiveness, Expertise, Trustworthiness
- Pradhan, D., Duraipandian, I., & Seth, D. (2014). Celebrity endorsement: Howcelebrity–brand–user personalitycongruence affects brand attitude andpurchase intention. *Journal of Marketing Communications*. doi:10.1080/13527266.2014.914561
- Pujawati, N., & Noraini, W. (2015). Celebrity And Non-Celebrity Endorsement Effectiveness On Consumers ' Attitude Towards Advertisement. *International Academic Research Journal of Business and Technology Journal*, 1(2), 51–57.
- Salvation, M. D. (2018). The relationship between product match-up in advertisement and consumersâ purchase intention of personal care products. *Computational Methods in Social Sciences (CMSS)*, 6(1), 55–64.
- Sanditya, R. (2019). Hubungan Celebrity Endorser Dengan Keputusan Pembelian Produk Pakaian Pada Konsumen Secara Online di Media Sosial Instagram. *Psikoborneo*, 7(1), 100–104.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (6th ed.). Salemba Empat.
- Shimp, T. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Taghipoorreyneh, M., & Run, E. C. De. (2016). Online Advertising: An Investigation of Factors Affecting Positive Attitude among the Malays in

- Malaysia. *Asian Journal of Business Research*, 6(2), 70–80. <https://doi.org/https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.14707%2Fajbr.160027>
- Tanjung, S., & Hudrasyah, H. (2016). THE IMPACT OF CELEBRITY AND NON-CELEBRITY ENDORSER CREDIBILITY IN THE ADVERTISEMENT ON ATTITUDE TOWARDS ADVERTISEMENT, ATTITUDE TOWARDS BRAND, AND PURCHASE INTENTION. *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*.
- Teng, S., Khong, K. W., Goh, W. W., & Chong, A. Y. L. (2014). Examining the antecedents of persuasive eWOM messages in social media. *Online Information Review*, 38(6), 746–768. <https://doi.org/10.1108/OIR-04-2014-0089>
- Wang, S., & Scheinbaum, A. C. (2017). Trustworthiness Trumps Attractiveness and Expertise: Enhancing Brand Credibility via Celebrity Endorsement. *Journal of Advertising Research*.
- Wei, K. K., & Li, W. Y. (2013). Measuring the impact of celebrity endorsement on consumer behavioural intentions: a study of Malaysian consumers. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*.
- Wiedmann, K. P., & von Mettenheim, W. (2020). Attractiveness, trustworthiness and expertise – social influencers’ winning formula? *Journal of Product and Brand Management*, January. <https://doi.org/10.1108/JPBM-06-2019-2442>
- Wijaya, F. A., & Sugiharto, S. (2015). PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP PURCHASE INTENTION DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS IKLAN PRODUK PERAWATAN KECANTIKAN POND’S). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1). doi:10.9744/pemasaran.9.1.16-22
- Winoto, Y. (2015). The Application of Source Credibility Theory in Studies about Library Services. *Edulib*, 5(2), 1–14. <https://doi.org/10.17509/edulib.v5i2.4393>
- Zafar, Q.-U.-A., & Rafique, M. (2011). Impact of Celebrity Advertisement on Customers’ Brand Perception and Purchase Intention. *Asian Journal of Business and Management Sciences*, 1(11), 53-67.

LAMPIRAN I

KUESIONER

Kuesioner Penelitian mengenai "Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Niat Beli Konsumen" (Studi penggunaan influencer Fadil Jaidi pada produk fashion)

Halo Teman-teman!

Perkenalkan saya Brigita Marchia Enda, Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sedang mengambil kuliah jurusan Manajemen. Saat ini saya sedang mengerjakan tugas akhir kuliah bidang sarjana.

Penelitian ini digunakan sebagai syarat kelulusan untuk mendapat gelar sarjana Manajemen. Oleh sebab itu, saya mohon bantuan teman-teman untuk mengisi kuesioner dibawah ini dengan sungguh-sungguh.

Jika teman-teman ingin mengetahui sesuatu atau informasi mengenai penelitian ini, silahkan menghubungi peneliti melalui Email/Instagram: marchiabrigita@gmail.com / @brigitamarchia

Jawablah pertanyaan di bawah ini sesuai pendapat kalian mengenai Celebrity Endorsement terhadap Niat Beli Konsumen

A. Pertanyaan Filter :

1. Apakah anda mengetahui influencer Fadil Jaidi?
 - Ya
 - Tidak

2. Apakah anda pernah melihat iklan/endorse dari Fadil Jaidi di Instagram?
 - Ya, saya pernah melihat (Lanjut ke pertanyaan berikut)
 - Tidak, saya belum pernah melihat (Terima kasih, Anda tidak perlu melanjutkan ke pertanyaan berikutnya)

B. Bagian I : Profil Responden

1. Jenis Kelamin

- Laki-laki
 - Perempuan
2. Usia saat ini
- 18-20 tahun
 - 21-23 tahun
 - 24-26 tahun
 - 27-30 tahun
3. Status atau pekerjaan saat ini
- Pelajar/Mahasiswa
 - Pegawai (Negeri/Swasta)
 - Wiraswasta
 - Ibu rumah tangga
4. Rata-rata uang saku atau pendapatan per bulan
- \leq Rp 1.000.000
 - Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000
 - Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000
 - \geq Rp 3.000.001

C. Bagian II

Jawablah pertanyaan di bawah ini sesuai pendapat kalian mengenai Celebrity Endorsement (dukungan selebriti) terhadap Niat Beli Konsumen pada produk fashion yang dipromosikan oleh Fadil Jaidi

Harap pilih satu jawaban!

Isilah pertanyaan atau pernyataan di bawah ini dengan skala likert dengan keterangan:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

a. Kredibilitas Selebriti

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Fadil Jaidi dalam mengiklankan suatu produk fashion dapat dipercaya					
2	Fadil Jaidi jujur saat memberikan penilaian pada produk fashion dan merek					
3	Fadil Jaidi merupakan orang yang jujur					
4	Saya percaya apa yang dikatakan oleh Fadil Jaidi mengenai produk fashion yang diiklankan					
5	Saya memercayai produk fashion dan merek yang didukung oleh Fadil Jaidi					

b. Daya Tarik Selebriti

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Fadil Jaidi memiliki daya tarik saat mengiklankan produk fashion					
2	Fadil Jaidi memiliki penampilan yang menarik					
3	Penampilan Fadil Jaidi terlihat menawan saat mengiklankan produk fashion					
4	Penampilan Fadil Jaidi terlihat elegan saat mengiklankan produk fashion					
5	Penampilan Fadil Jaidi terlihat mempesona saat mengiklankan produk fashion					

c. Keahlian Selebriti

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Fadil Jaidi memiliki pengetahuan praktis tentang bidang yang diwakilinya					
2	Fadil Jaidi memahami produk fashion yang ia endorse					
3	Fadil Jaidi mampu untuk mendukung produk fashion yang ia endorse					

4	Fadil Jaidi memiliki pengalaman yang cukup pada produk fashion yang ia endorse					
---	--	--	--	--	--	--

d. Kesamaan Selebriti

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Adanya kesamaan usia antara Fadil Jaidi dan konsumen					
2	Terdapat kesamaan etnis antara Fadil Jaidi dan konsumen					
3	Terdapat kesamaan gaya hidup antara Fadil Jaidi dan konsumen					
4	Terdapat kemiripan dari penampilan atau citra Fadil Jaidi dan konsumen					

e. Relevansi dengan Produk

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Produk fashion yang dipromosikan memiliki kecocokan dengan Fadil Jaidi					
2	Penampilan atau citra Fadil Jaidi cocok dengan produk fashion yang dipromosikan					
3	Nilai (<i>value</i>) yang dimiliki Fadil Jaidi sesuai dengan merek produk fashion					
4	Reputasi Fadil Jaidi serupa dengan status perusahaan					

f. Niat Beli

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya akan mempelajari tentang produk fashion yang di- <i>endorse</i> oleh Fadil Jaidi					
2	Saya akan mempertimbangkan untuk membeli produk fashion yang di- <i>endorse</i> oleh Fadil Jaidi					
3	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produknya					
4	Saya akan membeli produk fashion yang di- <i>endorse</i> oleh Fadil Jaidi					

LAMPIRAN II
DATA RESPONDEN

No	Apakah anda mengetahui influencer Fadil Jaidi?	Apakah anda pernah melihat iklan/endorse dari Fadil Jaidi di Instagram?	Jenis Kelamin	Usia saat ini	Status atau pekerjaan saat ini	Rata-rata uang saku atau pendapatan per bulan
1	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
2	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
3	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
4	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
5	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.001 – Rp. 3.000.000
6	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.001 – Rp. 3.000.000
7	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
8	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≥ Rp. 3.000.001
9	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	24-26 tahun	Pegawai (Negeri/Swasta)	≥ Rp. 3.000.001
10	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
11	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
12	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Wiraswasta	≤ Rp1.000.000
13	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
14	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000

15	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Wiraswasta	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
16	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
17	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
18	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
19	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
20	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
21	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
22	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
23	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.001 – Rp. 3.000.000
24	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
25	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
26	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
27	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pegawai (Negeri/Swasta)	≥ Rp. 3.000.001
28	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
29	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
30	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
31	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000

32	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
33	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
34	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.001 – Rp. 3.000.000
35	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
36	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
37	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
38	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
39	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≥ Rp. 3.000.001
40	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
41	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	24-26 tahun	Wiraswasta	Rp2.000.001 – Rp. 3.000.000
42	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
43	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
44	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
45	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.001 – Rp. 3.000.000
46	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	24-26 tahun	Pegawai (Negeri/Swasta)	≥ Rp. 3.000.001
47	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
48	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000

49	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
50	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pegawai (Negeri/Swasta)	≥ Rp. 3.000.001
51	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
52	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
53	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
54	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≥ Rp. 3.000.001
55	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
56	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
57	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.001 – Rp3.000.000
58	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
59	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.001 – Rp3.000.000
60	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
61	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
62	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
63	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000

64	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.001 – Rp3.000.000
65	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
66	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
67	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
68	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
69	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pegawai (Negeri/Swasta)	Rp2.000.001 – Rp3.000.000
70	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
71	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
72	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Lainnya	≤ Rp1.000.000
73	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
74	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
75	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
76	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
77	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
78	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
79	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
80	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pegawai (Negeri/Swasta)	≥ Rp3.000.001
81	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pegawai (Negeri/Swasta)	Rp2.000.001 – Rp3.000.000
82	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000

83	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	\leq Rp1.000.000
84	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.001 – Rp3.000.000
85	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	\geq Rp3.000.001
86	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.001 – Rp3.000.000
87	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	\leq Rp1.000.000
88	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
89	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	\leq Rp1.000.000
90	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	\leq Rp1.000.000
91	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	\leq Rp1.000.000
92	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
93	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pegawai (Negeri/Swasta)	\geq Rp3.000.001
94	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	\leq Rp1.000.000
95	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
96	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	24-26 tahun	Pegawai (Negeri/Swasta)	\geq Rp3.000.001
97	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	\geq Rp3.000.001
98	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	24-26 tahun	Pegawai (Negeri/Swasta)	Rp2.000.001 – Rp3.000.000
99	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	\leq Rp1.000.000
100	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pegawai (Negeri/Swasta)	\geq Rp3.000.001
101	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000

102	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.001 – Rp3.000.000
103	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
104	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.001 – Rp3.000.000
105	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pegawai (Negeri/Swasta)	\geq Rp3.000.001
106	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
107	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
108	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	\leq Rp1.000.000
109	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
110	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
111	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	\leq Rp1.000.000
112	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	\leq Rp1.000.000
113	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
114	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
115	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
116	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	\leq Rp1.000.000
117	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.001 – Rp3.000.000

118	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pegawai (Negeri/Swasta)	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
119	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
120	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
121	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≥ Rp3.000.001
122	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
123	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
124	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
125	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	27-30 tahun	Lainnya	≥ Rp3.000.001
126	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
127	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
128	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
129	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.001 – Rp3.000.000
130	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pegawai (Negeri/Swasta)	≥ Rp3.000.001
131	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
132	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	27-30 tahun	Wiraswasta	≥ Rp3.000.001
133	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
134	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
135	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pegawai (Negeri/Swasta)	≥ Rp3.000.001
136	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	24-26 tahun	Pegawai (Negeri/Swasta)	≥ Rp3.000.001

137	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	24-26 tahun	Pegawai (Negeri/Swasta)	\geq Rp3.000.001
138	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	\leq Rp1.000.000
139	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Lainnya	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
140	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	24-26 tahun	Pegawai (Negeri/Swasta)	\geq Rp3.000.001
141	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	27-30 tahun	Pegawai (Negeri/Swasta)	\geq Rp3.000.001
142	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pegawai (Negeri/Swasta)	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
143	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	\leq Rp1.000.000
144	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	\leq Rp1.000.000
145	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	24-26 tahun	Pegawai (Negeri/Swasta)	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
146	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
147	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	\leq Rp1.000.000
148	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
149	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
150	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.001 – Rp3.000.000
151	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	\leq Rp1.000.000
152	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	\leq Rp1.000.000
153	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000

154	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
155	Ya	Ya, saya pernah melihat	Laki-laki	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp2.000.001 – Rp3.000.000
156	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000
157	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	21-23 tahun	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp1.000.000
158	Ya	Ya, saya pernah melihat	Perempuan	18-20 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp1.000.001 – Rp2.000.000

LAMPIRAN III
DATA KUESIONER

No	KRS1	KRS2	KRS3	KRS4	KRS5	DTS1	DTS2	DTS3	DTS4	DTS5	KAS1	KAS2	KAS3	KAS4
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	5	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
6	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
7	3	3	4	3	3	5	4	2	3	3	4	4	5	3
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5
11	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5
12	4	4	5	4	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5
13	3	4	3	3	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	3	3	4	3	2	3	2	3	3	2	4	4	3	3
17	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5
18	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4
19	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3	3	4	4	3
20	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5

24	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4
26	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
28	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4
29	4	3	3	3	3	5	3	3	3	4	4	4	4	4
30	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5
31	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	4	3	4	4
32	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	5	4
33	4	4	3	4	3	5	5	5	4	4	4	5	5	4
34	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3
35	3	4	4	3	3	5	5	3	3	3	4	5	5	5
36	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
37	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
39	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	4	3	3	3	3	5	3	3	3	4	4	4	4	4
41	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
42	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3
43	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3
44	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
46	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5	5
47	5	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	5	5	4

48	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4
50	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
51	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4
52	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
53	4	4	5	3	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4
54	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
58	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
59	4	4	5	5	5	3	3	4	5	4	5	4	3	4
60	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	3
61	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5
62	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	5	5	5	5
63	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4
64	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
65	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
66	5	5	4	5	5	4	5	4	3	4	3	3	4	4
67	4	4	4	4	3	4	5	3	3	3	3	4	5	3
68	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4
69	5	2	3	2	3	5	4	3	2	2	3	3	4	3
70	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	3	3	4	5
71	5	4	4	4	4	4	5	5	2	5	4	4	4	4

72	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5
73	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
74	3	3	4	2	2	4	5	2	2	2	4	1	3	3
75	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4
76	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4
77	3	3	3	3	4	5	3	3	3	3	4	3	4	3
78	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4
79	3	3	4	3	3	5	5	4	3	2	4	5	4	3
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4
82	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
83	4	4	3	4	4	5	5	3	3	3	3	3	4	4
84	4	3	3	3	3	5	3	3	3	3	4	4	4	3
85	4	4	4	3	3	5	4	4	3	3	5	5	5	4
86	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	5	5	5	4
87	4	3	3	3	3	5	4	3	3	3	3	4	4	3
88	4	3	4	3	3	4	4	3	4	5	4	4	5	4
89	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5
90	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4
91	3	3	3	3	4	5	3	3	3	3	4	3	4	3
92	4	4	3	4	4	5	5	3	2	4	4	5	5	3
93	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5
94	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3

96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
97	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
99	4	5	5	5	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4
100	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4
101	3	3	4	3	3	5	3	3	2	2	3	4	4	3
102	4	4	3	3	4	4	2	2	2	2	3	4	4	2
103	4	5	5	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3
104	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4
105	4	2	4	4	2	4	4	4	2	4	5	4	4	4
106	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5
107	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
108	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	5	5	5	4
109	5	5	5	4	4	5	3	3	3	3	3	4	4	3
110	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
111	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4
112	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
113	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4
114	4	5	5	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3
115	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
117	4	3	5	3	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4
118	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	3	4	4	3
119	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4

120	4	4	4	3	3	5	4	3	3	3	3	3	4	3
121	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3
122	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5
123	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3
124	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
125	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3
126	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	5	5
127	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	5	5
128	5	4	5	5	5	4	4	4	5	3	4	5	5	4
129	4	5	4	4	3	5	4	4	3	4	3	4	4	4
130	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
131	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
132	3	4	3	3	3	4	4	4	5	4	3	3	4	4
133	4	5	5	4	4	5	4	4	3	3	4	3	5	3
134	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3
135	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
136	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	3
137	4	4	5	4	4	5	5	3	3	3	4	4	4	3
138	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
139	3	3	4	2	4	5	5	3	2	3	2	3	5	3
140	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4
141	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3
142	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
143	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4

144	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4
145	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4
146	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4
147	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4
148	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4
149	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
150	4	4	5	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4
151	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4
152	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
153	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
154	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4
155	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3
156	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5
157	5	5	5	4	3	5	4	3	4	4	3	4	5	4
158	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3

No	KSS1	KSS2	KSS3	KSS4	RP1	RP2	RP3	RP4	NB1	NB2	NB3	NB4
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	3	3	3	4	4	4	3	4	4	5	3	4

7	5	2	5	4	4	4	3	4	4	4	3	3
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
11	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
12	3	3	3	3	3	4	5	4	4	5	4	4
13	5	4	5	4	4	4	4	4	3	2	2	2
14	4	2	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	2	2
17	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3
18	2	3	4	2	4	4	4	4	3	3	2	2
19	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	5	3	3	3	5	5	5	4	5	5	5	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
25	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3
29	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3
30	4	3	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4

55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
58	3	1	1	1	2	3	3	4	4	3	3	3
59	4	4	3	5	4	4	4	5	3	4	5	4
60	3	3	2	3	3	2	3	4	5	5	3	3
61	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5
62	4	4	4	4	2	2	2	2	3	4	4	3
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	1	1	1	1	2	2	3	4	3	3	3	3
66	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5
67	5	2	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3
68	1	1	3	2	2	3	4	3	4	4	3	3
69	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2
70	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2
71	5	5	4	5	3	5	4	5	4	5	5	4
72	5	4	4	4	5	5	3	4	4	4	3	3
73	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
74	3	2	2	2	3	2	2	2	2	1	1	1
75	2	3	3	2	4	4	5	5	4	5	3	3
76	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4
77	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3
78	2	4	2	3	3	4	3	2	2	3	2	2

79	5	2	3	2	4	4	3	5	2	3	2	3
80	4	3	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5
81	3	2	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3
82	5	5	5	5	5	4	5	4	3	3	2	3
83	5	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3
84	2	1	1	1	3	3	4	3	2	3	2	2
85	3	2	3	4	4	4	5	5	3	4	2	3
86	2	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4
87	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
88	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	2
89	4	4	3	4	4	5	5	5	3	3	4	3
90	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4
91	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3
92	4	1	2	4	4	3	4	4	3	4	4	3
93	3	4	3	3	4	5	5	4	5	5	4	3
94	2	2	2	2	3	4	3	3	3	4	3	4
95	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
96	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
97	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
99	4	3	3	3	4	4	5	4	3	4	4	3
100	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
101	2	2	3	3	2	2	3	4	3	2	2	2
102	4	4	4	4	5	4	4	3	2	4	2	2

103	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3
104	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4
105	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2
106	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3
107	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3
108	4	2	2	4	4	4	3	5	4	4	5	4
109	5	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	2
110	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	3	3
111	4	3	3	4	4	4	5	5	3	4	4	4
112	3	1	3	5	4	5	5	5	5	5	2	3
113	4	3	3	4	4	5	5	5	3	3	4	4
114	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
117	5	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3
118	4	3	3	3	4	3	5	3	3	4	3	3
119	4	3	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4
120	5	4	3	3	2	3	3	4	2	3	3	3
121	3	3	2	1	3	4	4	3	3	3	3	3
122	5	5	3	4	4	5	5	3	4	4	3	3
123	4	1	3	4	3	3	4	4	3	4	2	2
124	1	1	1	1	4	5	4	5	5	5	5	5
125	2	2	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3
126	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4

127	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
128	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	3
129	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
130	5	5	5	5	3	5	4	3	5	5	4	5
131	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2
132	3	3	3	3	5	5	5	5	3	3	3	3
133	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	3	3
134	3	3	2	3	3	3	4	2	2	4	3	3
135	5	5	5	5	3	5	4	3	5	5	4	5
136	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4
137	4	3	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4
138	1	1	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4
139	2	2	5	4	2	4	2	5	3	4	4	3
140	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4
141	4	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4
142	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3
143	2	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
144	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
145	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
146	3	3	3	3	5	4	4	4	4	5	4	4
147	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
148	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
149	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
150	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4

151	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4
152	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
153	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
154	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
155	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
156	5	5	3	4	4	5	5	3	4	4	3	3
157	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3
158	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3

LAMPIRAN IV
UJI VALIDITAS DAN REABILITAS

UJI VALIDITAS

1. Kredibilitas Selebriti

Correlations

		KRS1	KRS2	KRS3	KRS4	KRS5	TOTAL_KRS
KRS1	Pearson Correlation	1	,668**	,609**	,706**	,782**	,867**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40
KRS2	Pearson Correlation	,668**	1	,679**	,600**	,631**	,830**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40
KRS3	Pearson Correlation	,609**	,679**	1	,688**	,658**	,852**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40
KRS4	Pearson Correlation	,706**	,600**	,688**	1	,732**	,864**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40
KRS5	Pearson Correlation	,782**	,631**	,658**	,732**	1	,888**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	40	40	40	40	40	40
TOTAL_KRS	Pearson Correlation	,867**	,830**	,852**	,864**	,888**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40	40

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

2. Daya Tarik Selebriti

Correlations

		DTS1	DTS2	DTS3	DTS4	DTS5	TOTAL_DTS
DTS1	Pearson Correlation	1	,503**	,384*	,304	,507**	,630**
	Sig. (2-tailed)		,001	,014	,057	,001	,000
	N	40	40	40	40	40	40
DTS2	Pearson Correlation	,503**	1	,603**	,481**	,539**	,763**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,002	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40
DTS3	Pearson Correlation	,384*	,603**	1	,761**	,845**	,902**
	Sig. (2-tailed)	,014	,000		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40

DTS4	Pearson Correlation	,304	,481**	,761**	1	,791**	,838**
	Sig. (2-tailed)	,057	,002	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40
DTS5	Pearson Correlation	,507**	,539**	,845**	,791**	1	,917**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000		,000
	N	40	40	40	40	40	40
TOTAL_DTS	Pearson Correlation	,630**	,763**	,902**	,838**	,917**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40	40

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

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

3. Keahlian Selebriti

Correlations

		KAS1	KAS2	KAS3	KAS4	TOTAL_KAS
KAS1	Pearson Correlation	1	,578**	,580**	,689**	,824**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40
KAS2	Pearson Correlation	,578**	1	,637**	,675**	,861**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40
KAS3	Pearson Correlation	,580**	,637**	1	,591**	,828**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40	40
KAS4	Pearson Correlation	,689**	,675**	,591**	1	,877**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	40	40	40	40	40
TOTAL_KAS	Pearson Correlation	,824**	,861**	,828**	,877**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40

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

4. Kesamaan Selebriti

Correlations

		KSS1	KSS2	KSS3	KSS4	TOTAL_KSS
KSS1	Pearson Correlation	1	,405**	,512**	,540**	,754**
	Sig. (2-tailed)		,009	,001	,000	,000

	N	40	40	40	40	40
KSS2	Pearson Correlation	,405**	1	,458**	,490**	,748**
	Sig. (2-tailed)	,009		,003	,001	,000
	N	40	40	40	40	40
KSS3	Pearson Correlation	,512**	,458**	1	,715**	,847**
	Sig. (2-tailed)	,001	,003		,000	,000
	N	40	40	40	40	40
KSS4	Pearson Correlation	,540**	,490**	,715**	1	,850**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,000
	N	40	40	40	40	40
TOTAL_KSS	Pearson Correlation	,754**	,748**	,847**	,850**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40

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

5. Relevansi dengan Produk

Correlations

		RP1	RP2	RP3	RP4	TOTAL_RP
RP1	Pearson Correlation	1	,730**	,474**	,399*	,790**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,011	,000
	N	40	40	40	40	40
RP2	Pearson Correlation	,730**	1	,790**	,531**	,919**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40
RP3	Pearson Correlation	,474**	,790**	1	,517**	,843**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,001	,000
	N	40	40	40	40	40
RP4	Pearson Correlation	,399*	,531**	,517**	1	,747**
	Sig. (2-tailed)	,011	,000	,001		,000
	N	40	40	40	40	40
TOTAL_RP	Pearson Correlation	,790**	,919**	,843**	,747**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40

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

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

6. Niat Beli Konsumen

Correlations

		NB1	NB2	NB3	NB4	TOTAL_NB
NB1	Pearson Correlation	1	,606**	,546**	,609**	,806**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40
NB2	Pearson Correlation	,606**	1	,647**	,692**	,859**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40
NB3	Pearson Correlation	,546**	,647**	1	,708**	,859**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40	40
NB4	Pearson Correlation	,609**	,692**	,708**	1	,884**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	40	40	40	40	40
TOTAL_NB	Pearson Correlation	,806**	,859**	,859**	,884**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40

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

UJI REABILITAS

1. Kredibilitas Selebriti

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,910	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KRS1	15,85	6,644	,799	,887
KRS2	15,80	6,523	,734	,898
KRS3	15,80	6,164	,754	,895
KRS4	16,05	6,408	,786	,888
KRS5	16,10	5,938	,809	,883

2. Daya Tarik Selebriti

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items

,875	5
------	---

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DTS1	15,80	7,344	,487	,892
DTS2	16,20	6,421	,629	,865
DTS3	16,35	5,413	,825	,816
DTS4	16,40	5,990	,733	,841
DTS5	16,35	5,464	,854	,808

3. Keahlian Selebriti

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,868	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KAS1	12,78	3,358	,709	,839
KAS2	12,65	2,900	,733	,826
KAS3	12,55	3,126	,690	,842
KAS4	12,80	2,831	,759	,815

4. Kesamaan Selebriti

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0

	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,808	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KSS1	10,80	4,164	,577	,782
KSS2	11,18	3,943	,529	,809
KSS3	11,02	3,461	,689	,728
KSS4	10,95	3,844	,731	,715

5. Relevansi dengan Produk

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,837	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RP1	12,28	2,358	,610	,820
RP2	12,03	2,281	,854	,722
RP3	12,08	2,225	,699	,780

RP4	12,15	2,490	,547	,847
-----	-------	-------	------	------

6. Niat Beli

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,874	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NB1	11,30	4,318	,660	,864
NB2	11,15	4,182	,750	,831
NB3	11,50	3,897	,729	,839
NB4	11,58	3,943	,784	,816

LAMPIRAN V
ANALISIS DESKRIPTIF RESPONDEN

HASIL ANALISIS DESKRIPTIF RESPONDEN

Statistics

		Jenis Kelamin	Usia	Status atau Pekerjaan	Uang Saku atau Pendapatan
N	Valid	158	158	158	158
	Missing	0	0	0	0

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	39	24,7	24,7	24,7
	Perempuan	119	75,3	75,3	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-20 tahun	34	21,5	21,5	21,5
	21-23 tahun	112	70,9	70,9	92,4
	24-26 tahun	9	5,7	5,7	98,1
	27-30 tahun	3	1,9	1,9	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Status atau Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	130	82,3	82,3	82,3
	Pegawai (Negeri/Swasta)	21	13,3	13,3	95,6
	Wiraswasta	4	2,5	2,5	98,1
	Lainnya	3	1,9	1,9	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

Uang Saku atau Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	≤ Rp1.000.000	53	33,5	33,5	33,5
	Rp1.000.001 – Rp2.000.000	62	39,2	39,2	72,8
	Rp2.000.001 – Rp3.000.000	20	12,7	12,7	85,4
	≥ Rp3.000.001	23	14,6	14,6	100,0
	Total	158	100,0	100,0	

LAMPIRAN VI
ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL

HASIL ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KRS1	158	3	5	4,13	,615
KRS2	158	2	5	4,07	,706
KRS3	158	2	5	4,18	,718
KRS4	158	2	5	3,88	,699
KRS5	158	2	5	3,85	,715
Kredibilitas Selebriti	158	14	25	20,10	2,824
Valid N (listwise)	158				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DTS1	158	3	5	4,47	,625
DTS2	158	2	5	4,08	,748
DTS3	158	2	5	3,78	,768
DTS4	158	2	5	3,65	,838
DTS5	158	2	5	3,80	,804
Daya Tarik Selebriti	158	11	25	19,78	2,948
Valid N (listwise)	158				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KAS1	158	2	5	4,00	,714
KAS2	158	1	5	4,10	,724
KAS3	158	2	5	4,29	,621
KAS4	158	2	5	3,92	,731
Keahlian Selebriti	158	8	20	16,31	2,254
Valid N (listwise)	158				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KSS1	158	1	5	3,72	,943
KSS2	158	1	5	3,25	1,046
KSS3	158	1	5	3,43	,926
KSS4	158	1	5	3,57	,913
Kesamaan Selebriti	158	4	20	13,97	3,200
Valid N (listwise)	158				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
RP1	158	2	5	3,78	,768
RP2	158	2	5	3,97	,718
RP3	158	2	5	3,97	,718
RP4	158	2	5	3,87	,738
Relevansi dengan Produk	158	8	20	15,59	2,341
Valid N (listwise)	158				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
NB1	158	2	5	3,66	,811
NB2	158	1	5	3,94	,754
NB3	158	1	5	3,54	,879
NB4	158	1	5	3,47	,803
Niat Beli	158	5	20	14,61	2,759
Valid N (listwise)	158				

LAMPIRAN VII
ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,729 ^a	,532	,516	1,919

a. Predictors: (Constant), Relevansi dengan Produk, Kesamaan Selebriti, Kredibilitas Selebriti, Keahlian Selebriti, Daya Tarik Selebriti

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	635,736	5	127,147	34,529	,000 ^b
	Residual	559,714	152	3,682		
	Total	1195,449	157			

a. Dependent Variable: Niat Beli

b. Predictors: (Constant), Relevansi dengan Produk, Kesamaan Selebriti, Kredibilitas Selebriti, Keahlian Selebriti, Daya Tarik Selebriti

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,282	1,306		-1,747	,083
	Kredibilitas Selebriti	,333	,077	,341	4,314	,000
	Daya Tarik Selebriti	-,022	,090	-,024	-,247	,805
	Keahlian Selebriti	,274	,101	,224	2,723	,007
	Kesamaan Selebriti	,125	,056	,146	2,252	,026
	Relevansi dengan Produk	,284	,092	,240	3,071	,003

a. Dependent Variable: Niat Beli

LAMPIRAN VIII
UJI PERBEDAAN ANOVA

Descriptives

Kredibilitas Selebriti

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
18-20 tahun	34	19,68	3,291	,564	18,53	20,82	14	25
21-23 tahun	112	20,25	2,690	,254	19,75	20,75	14	25
24-26 tahun	9	20,78	2,108	,703	19,16	22,40	18	25
27-30 tahun	3	17,33	3,215	1,856	9,35	25,32	15	21
Total	158	20,10	2,824	,225	19,66	20,55	14	25

Test of Homogeneity of Variances

Kredibilitas Selebriti

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,873	3	154	,136

ANOVA

Kredibilitas Selebriti

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	35,716	3	11,905	1,507	,215
Within Groups	1216,663	154	7,900		
Total	1252,380	157			

Descriptives

Daya Tarik Selebriti

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
18-20 tahun	34	18,97	3,030	,520	17,91	20,03	11	25
21-23 tahun	112	20,06	2,933	,277	19,51	20,61	12	25
24-26 tahun	9	19,67	2,739	,913	17,56	21,77	15	25
27-30 tahun	3	19,00	2,646	1,528	12,43	25,57	16	21
Total	158	19,78	2,948	,235	19,32	20,25	11	25

Test of Homogeneity of Variances

Daya Tarik Selebriti

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,240	3	154	,869

ANOVA

Daya Tarik Selebriti

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	33,150	3	11,050	1,278	,284
Within Groups	1331,533	154	8,646		
Total	1364,684	157			

Descriptives

Keahlian Selebriti

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
18-20 tahun	34	15,50	2,666	,457	14,57	16,43	8	20
21-23 tahun	112	16,57	2,104	,199	16,18	16,97	11	20
24-26 tahun	9	16,89	1,616	,539	15,65	18,13	15	20
27-30 tahun	3	14,00	1,000	,577	11,52	16,48	13	15
Total	158	16,31	2,254	,179	15,96	16,66	8	20

Test of Homogeneity of Variances

Keahlian Selebriti

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,477	3	154	,223

ANOVA

Keahlian Selebriti

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	48,986	3	16,329	3,358	,020
Within Groups	748,817	154	4,862		
Total	797,804	157			

Descriptives

Kesamaan Selebriti

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
18-20 tahun	34	13,15	3,986	,684	11,76	14,54	4	20
21-23 tahun	112	14,27	2,965	,280	13,71	14,82	4	20

24-26 tahun	9	14,22	2,386	,795	12,39	16,06	10	17
27-30 tahun	3	11,67	2,517	1,453	5,42	17,92	9	14
Total	158	13,97	3,200	,255	13,47	14,48	4	20

Test of Homogeneity of Variances

Kesamaan Selebriti

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2,224	3	154	,088

ANOVA

Kesamaan Selebriti

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	49,448	3	16,483	1,629	,185
Within Groups	1558,451	154	10,120		
Total	1607,899	157			

Descriptives

Relevansi dengan Produk

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
18-20 tahun	34	14,82	2,691	,461	13,88	15,76	8	19
21-23 tahun	112	15,81	2,204	,208	15,40	16,23	9	20
24-26 tahun	9	15,67	1,732	,577	14,34	17,00	12	18
27-30 tahun	3	16,00	4,000	2,309	6,06	25,94	12	20
Total	158	15,59	2,341	,186	15,23	15,96	8	20

Test of Homogeneity of Variances

Relevansi dengan Produk

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2,531	3	154	,059

ANOVA

Relevansi dengan Produk

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	26,072	3	8,691	1,605	,191
Within Groups	834,004	154	5,416		
Total	860,076	157			

Descriptives

Niat Beli

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
18-20 tahun	34	13,91	2,999	,514	12,87	14,96	9	20
21-23 tahun	112	14,79	2,758	,261	14,28	15,31	5	20
24-26 tahun	9	15,44	1,236	,412	14,49	16,39	13	17
27-30 tahun	3	13,33	2,309	1,333	7,60	19,07	12	16
Total	158	14,61	2,759	,220	14,18	15,05	5	20

Test of Homogeneity of Variances

Niat Beli

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2,370	3	154	,073

ANOVA

Niat Beli

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	31,548	3	10,516	1,391	,248
Within Groups	1163,901	154	7,558		
Total	1195,449	157			

LAMPIRAN IX
INDEPENDENT SAMPLE T-TEST

HASIL INDEPENDENT SAMPLE T-TEST

Berdasarkan Jenis Kelamin

Group Statistics

	Jenis Kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kredibilitas Selebriti	Laki-laki	39	21,51	2,235	,358
	Perempuan	119	19,64	2,851	,261
Daya Tarik Selebriti	Laki-laki	39	20,41	2,673	,428
	Perempuan	119	19,58	3,015	,276
Keahlian Selebriti	Laki-laki	39	17,21	1,689	,270
	Perempuan	119	16,02	2,343	,215
Kesamaan Selebriti	Laki-laki	39	14,49	3,394	,543
	Perempuan	119	13,81	3,131	,287
Relevansi dengan Produk	Laki-laki	39	15,95	2,481	,397
	Perempuan	119	15,48	2,292	,210
Niat Beli	Laki-laki	39	15,90	2,234	,358
	Perempuan	119	14,19	2,793	,256

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Kredibilitas Selebriti	Equal variances assumed	2,756	,099	3,742	156	,000	1,874	,501	,885	2,863
	Equal variances not assumed			4,229	81,873	,000	1,874	,443	,993	2,756
Daya Tarik Selebriti	Equal variances assumed	,178	,674	1,533	156	,127	,830	,542	-,240	1,900
	Equal variances not assumed			1,630	72,271	,107	,830	,509	-,185	1,846
Keahlian Selebriti	Equal variances assumed	2,648	,106	2,925	156	,004	1,188	,406	,386	1,991
	Equal variances not assumed			3,441	89,607	,001	1,188	,345	,502	1,874
Kesamaan Selebriti	Equal variances assumed	,163	,687	1,154	156	,250	,680	,590	-,485	1,846

	Equal variances not assumed			1,107	60,629	,273	,680	,615	-,549	1,910
Relevansi dengan Produk	Equal variances assumed	,003	,959	1,088	156	,278	,470	,432	-,383	1,322
	Equal variances not assumed			1,045	60,694	,300	,470	,449	-,429	1,368
Niat Beli	Equal variances assumed	5,872	,017	3,462	156	,001	1,704	,492	,732	2,676
	Equal variances not assumed			3,874	80,148	,000	1,704	,440	,829	2,580