

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dalam penelitian kali ini, peneliti dapat menarik kesimpulan dari "Pengaruh *Social Media Engagement* Konten Promosi Techminar di *Instagram* terhadap Minat Beli Tiket Techminar (Studi Eksplanatif Kuantitatif Pada Pengikut Akun Instagram @kreenindonesia)". Peneliti mengumpulkan data dari 99 responden yang merupakan pengikut akun *Instagram* @kreenindonesia yang menunjukkan bahwa *social media engagement* konten promosi Techminar memengaruhi minat beli tiket Techminar sebesar 57,6%. Maka dapat diambil kesimpulan, bahwa variabel *social media engagement* memberikan pengaruh yang kuat terhadap variabel minat beli.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa teori stimulus respon masih relevan dalam penelitian ini. Terlihat dari responden yang mengalami perubahan perilaku setelah mendapat stimulus berupa *social media engagement* konten promosi Techminar di akun Instagram @kreenindonesia. Perubahan perilaku sesuai dengan harapan peneliti yaitu munculnya rasa minat beli tiket Techminar dari responden yang merupakan pengikut akun Instagram @kreenindonesia.

Dapat disimpulkan, hasil penelitian ini telah menjawab tujuan penelitian yang ada yaitu mengetahui apakah ada pengaruh *social media engagement*

konten promosi Techminar di *Instagram* terhadap minat beli tiket Techminar. Hal ini dijawab dengan adanya pengaruh *social media engagement* konten promosi Techminar terhadap minat beli tiket Techminar, berdasarkan dari uji regresi pada penelitian kali ini yang mengatakan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak.

## B. Saran

### 1. Secara Akademis

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti penelitian ini lebih lanjut, diharapkan bisa menambahkan variabel lain ke dalam penelitian ini. Hal ini disebabkan peneliti menemukan adanya 42,4% variabel minat beli dipengaruhi faktor lain diluar penelitian ini. Sehingga dapat ditemukan pengaruh lain yang mempengaruhi minat beli selain *Social media engagement*.

Selain itu, peneliti memiliki keterbatasan dalam penelitian kali ini dengan membatasi responden sebanyak 99 responden, walaupun sebenarnya ada belasan ribu pengikut akun *Instagram @kreenindonesia*. Maka, akan lebih baik jika responden diperbanyak untuk menambah keakuratan penelitian.

### 2. Secara Praktis

Peneliti berharap PT Keren Entertainment Indonesia dapat mempertahankan konten promosi Techminar yang saat ini digunakan sebagai strategi untuk *social media engagement* Techminar. Selain itu,

berdasarkan hasil penelitian didapatkan 3 indikator dalam *social media engagement* yang dirasa masih perlu dikembangkan lagi yaitu indikator *curation, creation* dan *collaboration*. Hal ini dikarenakan ketiga indikator ini masih mendapatkan hasil yang sedang, dibandingkan dengan indikator *consumption* yang memiliki hasil yang tinggi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2009). *Pengantar Statistika Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Chaffey, Dave. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation, and Practice*. England: Pearson Education Limited
- Dama, Daniel. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen dalam Memilih Laptop Acer Di Toko Lestari Komputer Manado*. Diakses pada 7 Maret 2021, dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/viewFile/10915/10505>
- Evans, Dave. (2010). *Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement*. Indiana: Wiley Publishing, Inc.
- Flo, Eddy. (2017). *Promosi Lewat Media Sosial Dinilai Lebih Efektif, Mengapa?*. Diakses pada 05 Maret 2021, dari <https://merahputih.com/post/read/promosi-lewat-media-sosial-dinilai-lebih-efektif-mengapa>
- Hidayati, Khairina. (2020). *Apa Strategi yang Tepat untuk Instagram Carousel Post dan Ads?* Diakses pada 10 Juli 2021, dari <https://glints.com/id/lowongan/tips-menggunakan-instagram-carousel/#.YOxLeOgzbb1>
- Kartika. (2021). *Pengaruh Terpaan Informasi Mengenai Covid-19 di Media Sosial Terhadap Tingkat Perilaku Hidup Sehat Masyarakat Kota Makassar di Era New Normal*. Diakses pada 3 Oktober 2021, dari [http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/3686/2/E022182002\\_tesis%20I%20&%20II.pdf](http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/3686/2/E022182002_tesis%20I%20&%20II.pdf)
- KREEN. (2020). *Company Profile*. Jakarta: PT Keren Entertainment Indonesia.
- KREEN. (2020). *About Us*. Diakses pada 18 Desember 2020 dari <https://kreen.id/>
- Lestari, Dea. (2018). *Pengaruh Akun Instagram @hijaberscommunityofficial Terhadap Pengetahuan Syiar Islam dan Fashion Hijab Pada Followers Muslimah*. Diakses pada 06 Maret 2021, dari <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/21717/21014>
- Lidyawatie. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

- Malada, Lazuardi Putra. (2015). *Pengaruh Tayangan Iklan XL Serbu Versi Dangdut Terhadap Minat Beli Konsumen (SMAN 63 Jakarta)*. Diakses pada 06 Maret 2021, dari <https://library.moestopo.ac.id/index.php%3Fp%3Dfstreampdf%26fid%3D894%26bid%3D36857+&cd=1&hl=id&ct=clnk&gl=id>
- McQuail, D. & Windahl, S. (2013). *Communication Models for The Study of Mass Communication 2nd Edition*. New York: Routledge.
- Neuman, W. Lawrence. (2016). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT Indeks.
- Oliver, Andre. (2021). *Mengupas Tuntas Engagement Rate Beserta Fungsinya untuk Marketing di Media Sosial*. Diakses pada 5 Oktober 2021, dari <https://glints.com/id/lowongan/engagement-rate-adalah/#.YVvYzZpBzb0>
- Riyanto, Galuh Putri. (2021) *Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021*. Diakses pada 17 Mei 2021, dari <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>
- Setiadi, Ahmad. (2015). *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi*. Diakses pada 17 Mei 2021, dari <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/viewFile/1283/1055>
- Stephanie, Conney. (2021). *Riset Ungkap Lebih Dari Separuh Penduduk Indonesia “Melek” Media Sosial*. Diakses pada 17 Mei 2021, dari <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>
- Subagio, Aurellia Michelle Oktaberina Balok. (2020). *Pengaruh Terpaan Iklan Preview Episode Melalui Aplikasi Line Webtoon Indonesia Terhadap Minat Beli Coin (Studi terhadap Terpaan Iklan Preview Episode Line Webtoon Indonesia di Bagian Akhir Episode Bersambung)*. Diakses pada 07 Maret 2021, dari <http://e-journal.uajy.ac.id/23454/1/1509055831.pdf>
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tysara, Laudia. (2020). *Webinar Adalah Seminar Online Begini Fungsi dan Manfaatnya*. Diakses pada 11 Juli 2021, dari <https://hot.liputan6.com/read/4325095/webinar-adalah-seminar-online-begini-fungsi-dan-manfaatnya>

Wahab, Dhany. (2020). *Webinar Tren Belajar Masa Pandemi*. Diakses pada 10 Juli 2021, dari <https://kumparan.com/dhany-wahab/webinar-tren-belajar-masa-pandemi-1tmeUO6ZV2a/full>



## LAMPIRAN

### 1. Kuesioner Penelitian

Perkenalkan, saya Vanessa Anggita Putri, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dalam rangka untuk memenuhi tugas akhir saya, maka saya meminta kesediaan waktunya untuk mengisi kuesioner mengenai pengaruh *Social media engagement* konten promosi Techminar di *Instagram @kreenindonesia* terhadap minat beli tiket Techminar. Atas kesediannya untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

#### A. Kualifikasi Responden

Pilih salah satu jawaban yang telah tersedia di bawah ini. Jika Anda menjawab tidak, maka Anda tidak perlu melanjutkan menjawab pertanyaan berikutnya.

1. Apakah Anda menggunakan *Instagram*?
  - a. Ya
  - b. b. Tidak
2. Apakah Anda mengikuti akun *Instagram @kreenindonesia*?
  - a. Ya
  - b. Tidak

3. Apakah Anda mengetahui acara Techminar?
  - a. Ya
  - b. Tidak
4. Apakah Anda pernah mengikuti Techminar sebelumnya?
  - a. Ya
  - b. Tidak

**B. Data Responden**

1. Umur:
  - a. 18-21 tahun
  - b. 22-25 tahun
  - c. >25 tahun
2. Jenis Kelamin:
  - a. Perempuan
  - b. Laki-laki

**C. Social Media Engagement Konten promosi Techminar di Instagram @kreenindonesia**

Pilih salah satu dari pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan respon anda.



## CONSUMPTION

1. Tingkat frekuensi Anda melihat konten promosi Techminar di *Instagram* @kreenindonesia selama satu minggu?

1      2      3      4      5

Sangat Rendah                        Sangat Tinggi

2. Tingkat Anda memahami konten promosi Techminar di *Instagram* @kreenindonesia?

1      2      3      4      5

Sangat Rendah                        Sangat Tinggi

3. Tingkat durasi Anda melihat konten promosi Techminar di *Instagram* selama satu minggu?

1      2      3      4      5

Sangat Rendah                        Sangat Tinggi

## CURATION

1. Tingkat frekuensi Anda menyukai dan mengomentari konten promosi Techminar di *Instagram* @kreenindonesia selama satu minggu?

1      2      3      4      5

Sangat Rendah                        Sangat Tinggi

2. Tingkat intensitas Anda menyukai dan mengomentari konten promosi Techminar di *Instagram @kreenindonesia*?

1      2      3      4      5

Sangat Rendah                        Sangat Tinggi

3. Tingkat durasi Anda menyukai dan mengomentari konten promosi Techminar di *Instagram* selama satu minggu?

1      2      3      4      5

Sangat Rendah                        Sangat Tinggi

**CREATION**

1. Tingkat frekuensi Anda membagikan konten promosi Techminar di *Instagram @kreenindonesia* selama satu minggu?

1      2      3      4      5

Sangat Rendah                        Sangat Tinggi

2. Tingkat intensitas Anda membagikan konten promosi Techminar di *Instagram @kreenindonesia*?

1      2      3      4      5

Sangat Rendah                        Sangat Tinggi

3. Tingkat durasi Anda membagikan konten promosi Techminar di *Instagram* selama satu minggu?

1      2      3      4      5

Sangat Rendah                        Sangat Tinggi

**COLLABORATION**

1. Tingkat frekuensi Anda membuat konten atau mengunggah konten mengenai konten promosi Techminar di *Instagram* @kreenindonesia selama satu minggu?

1      2      3      4      5

Sangat Rendah                        Sangat Tinggi

2. Tingkat intensitas Anda membuat konten atau mengunggah konten mengenai konten promosi Techminar di *Instagram* @kreenindonesia?

1      2      3      4      5

Sangat Rendah                        Sangat Tinggi

3. Tingkat durasi Anda membuat atau mengunggah konten mengenai konten promosi Techminar di *Instagram* selama satu minggu?

1      2      3      4      5

Sangat Rendah                        Sangat Tinggi

#### D. Minat beli tiket Techminar

Pilih salah satu dari pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan respon anda.

##### *AWARENESS*

1. Tingkat kesadaran Anda mengenai kebutuhan akan Techminar

	1	2	3	4	5	
Sangat Rendah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Tinggi

2. Tingkat kesadaran Anda bahwa Techminar merupakan webinar yang diselenggarakan PT Keren Entertainment Indonesia

	1	2	3	4	5	
Sangat Rendah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Tinggi

##### *KNOWLEDGE*

1. Tingkat pengetahuan Anda mengenai kualitas pembicara Techminar

	1	2	3	4	5	
Sangat Rendah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Tinggi

2. Tingkat pengetahuan Anda mengenai topik dan jadwal Techminar berikutnya

	1	2	3	4	5	
Sangat Rendah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Tinggi

***LIKING***

1. Tingkat Anda menyukai acara Techminar

1      2      3      4      5

Sangat Rendah                        Sangat Tinggi

2. Tingkat Anda menyukai konten promosi Techminar di *Instagram* @kreenindonesia

1      2      3      4      5

Sangat Rendah                        Sangat Tinggi

***PREFERENCE***

1. Tingkat keyakinan Anda terhadap Techminar dibandingkan dengan Webinar lainnya

1      2      3      4      5

Sangat Rendah                        Sangat Tinggi

***CONVICTION***

1. Tingkat minat Anda untuk membeli tiket Techminar

1      2      3      4      5

Sangat Rendah                        Sangat Tinggi

2. Tingkat ketertarikan Anda dalam membeli tiket Techminar

	1	2	3	4	5	
Sangat Rendah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Tinggi

***PURCHASE***

1. Tingkat keyakinan Anda membeli tiket Techminar saat melihat konten promosi Techminar di *Instagram* @kreenindonesia

	1	2	3	4	5	
Sangat Rendah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Tinggi

## 2. Hasil Uji Validitas Variabel *Social Media Engagement*

		Correlations												
		Tingkat Frekuensi Melihat Konten Promosi Techninar	Tingkat Memahami Konten Promosi Techninar	Tingkat Durasi Melihat Konten Promosi Techninar	Tingkat Frekuensi Menyukai dan Mengomentari Konten Promosi Techninar	Tingkat Intensitas Menyukai dan Mengomentari Konten Promosi Techninar	Tingkat Durasi Anda Menyukai dan Mengomentari Konten Promosi Techninar	Tingkat Frekuensi Membagikan Konten Promosi Techninar	Tingkat Intensitas Membagikan Konten Promosi Techninar	Tingkat Durasi Membagikan Konten Promosi Techninar	Tingkat Frekuensi Membuat Konten atau Mengunggah Konten tentang Promosi Techninar	Tingkat Intensitas Membuat Konten atau Mengunggah Konten tentang Promosi Techninar	Tingkat Durasi Membuat Konten atau Mengunggah Konten tentang Promosi Techninar	Social Media Management
Tingkat Frekuensi Melihat Konten Promosi Techninar	Pearson Correlation	1	.728*	.508*	.811**	.814**	.580*	.519*	.527*	.477*	.474*	.514**	.456*	.712*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Tingkat Memahami Konten Promosi Techninar	Pearson Correlation	.728*	1	.579*	.609*	.553*	.558*	.516*	.522*	.501*	.427*	.503*	.444*	.703*
	Sig. (2-tailed)			.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Tingkat Durasi Melihat Konten Promosi Techninar	Pearson Correlation	.508*	.579*	1	.477*	.314*	.327*	.309*	.409*	.412*	.354*	.417*	.348*	.581*
	Sig. (2-tailed)				.000	.002	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Tingkat Frekuensi Menyukai dan Mengomentari Konten Promosi Techninar	Pearson Correlation	.811**	.609*	.477*	1	.715**	.732**	.580*	.628*	.585*	.553*	.625**	.608*	.787*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Tingkat Intensitas Menyukai dan Mengomentari Konten Promosi Techninar	Pearson Correlation	.814**	.553*	.314*	.715**	1	.819**	.706**	.742**	.685*	.712**	.711**	.719**	.853**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Tingkat Durasi Anda Menyukai dan Mengomentari Konten Promosi Techninar	Pearson Correlation	.580*	.558*	.327*	.732**	.879**	1	.790**	.788**	.714**	.877**	.701**	.715**	.855**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Tingkat Frekuensi Membagikan Konten Promosi Techninar	Pearson Correlation	.519*	.516*	.389*	.580*	.706**	.730**	1	.831**	.887**	.775**	.768**	.826**	.884**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Tingkat Intensitas Membagikan Konten Promosi Techninar	Pearson Correlation	.527*	.522*	.409*	.628*	.742**	.768**	.831**	1	.832**	.780**	.807**	.853**	.912**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Tingkat Durasi Membagikan Konten Promosi Techninar	Pearson Correlation	.477*	.501*	.412*	.585*	.885**	.714**	.887**	.932**	1	.786**	.788**	.849**	.883**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Tingkat Frekuensi Membuat Konten atau Mengunggah Konten tentang Promosi Techninar	Pearson Correlation	.474*	.427*	.384*	.553*	.712**	.877**	.715**	.700**	.788**	1	.800**	.800**	.882**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Tingkat Intensitas Membuat Konten atau Mengunggah Konten tentang Promosi Techninar	Pearson Correlation	.514**	.503*	.417*	.625*	.711**	.701**	.766**	.807**	.798**	.930**	1	.898**	.890**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Tingkat Durasi Membuat Konten atau Mengunggah Konten tentang Promosi Techninar	Pearson Correlation	.456*	.444*	.348*	.608*	.719**	.715**	.826**	.853**	.849**	.905**	.898**	1	.885**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Social Media Management	Pearson Correlation	.712*	.703*	.581*	.787*	.853**	.855**	.884**	.912**	.883**	.862**	.890**	.885**	1
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

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



### 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Social Media Engagement*

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	99	99,0
	Excluded <sup>a</sup>	1	1,0
	Total	100	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,955	12

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Tingkat Frekuensi Melihat Konten Promosi Techminar	34,00	129,673	,657	,954
Tingkat Memahami Konten Promosi Techminar	33,85	130,599	,649	,955
Tingkat Durasi Melihat Konten Promosi Techminar	34,18	134,477	,489	,959
Tingkat Frekuensi Menyukai dan Mengomentari Konten Promosi Techminar	34,53	126,558	,742	,952
Tingkat Intensitas Menyukai dan Mengomentari Konten Promosi Techminar	34,43	125,167	,821	,950
Tingkat Durasi Anda Menyukai dan Mengomentari Konten Promosi Techminar	34,44	126,249	,826	,950
Tingkat Frekuensi Membagikan Konten Promosi Techminar	34,56	123,596	,858	,948
Tingkat Intensitas Membagikan Konten Promosi Techminar	34,60	122,733	,892	,947
Tingkat Durasi Membagikan Konten Promosi Techminar	34,63	124,502	,858	,948
Tingkat Frekuensi Membuat Konten atau Mengunggah Konten tentang Promosi Techminar	34,71	123,189	,829	,949
Tingkat Intensitas Membuat Konten atau Mengunggah Konten tentang Promosi Techminar	34,67	122,796	,864	,948
Tingkat Durasi Membuat Konten atau Mengunggah Konten tentang Promosi Techminar	34,75	123,415	,859	,948



#### 4. Hasil Validitas Variabel Minat Beli

Correlations

		Tingkat Kesadaran Bahwa Techninar Mempakan Webinar Didakan oleh PT Keren Entertainment Indonesia	Tingkat Pengetahuan Mengenai Kualitas Pembicara Techninar	Tingkat Pengetahuan Anda Mengenai Topik dan Jadwal Techninar	Tingkat Menyukai Techninar	Tingkat Menyukai Konten Promosi Techninar	Tingkat Keyakinan Terhadap Techninar Dibandingkan dengan Webinar Lainnya	Tingkat Minat Membeli Tiket Techninar	Tingkat Ketertarikan Membeli Tiket Techninar	Tingkat Keyakinan Membeli Tiket Techninar Setelah Melihat Konten Promosi Techninar	Minat Beli Tiket
Tingkat Kesadaran Mengenai Kebutuhan Techninar	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 .851 99	.627 .000 99	.871 .000 99	.670 .000 99	.878 .000 99	.656 .000 99	.883 .000 99	.727 .000 99	.717 .000 99	.815 .000 99
Tingkat Kesadaran Bahwa Techninar Mempakan Webinar Didakan oleh PT Keren Entertainment Indonesia	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.851 .000 99	1 .720 99	.740 .000 99	.703 .000 99	.836 .000 99	.709 .000 99	.877 .000 99	.860 .000 99	.828 .000 99	.768 .000 99
Tingkat Pengetahuan Mengenai Kualitas Pembicara Techninar	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.627 .000 99	.720 .000 99	1 .855 99	.739 .000 99	.857 .000 99	.763 .000 99	.786 .000 99	.739 .000 99	.745 .000 99	.880 .000 99
Tingkat Pengetahuan Anda Mengenai Topik dan Jadwal Techninar	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.871 .000 99	.740 .000 99	.855 .000 99	1 .783 99	.836 .000 99	.729 .000 99	.797 .000 99	.753 .000 99	.719 .000 99	.883 .000 99
Tingkat Menyukai Techninar	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.670 .000 99	.703 .000 99	.739 .000 99	.871 .000 99	1 .783 99	.735 .000 99	.733 .000 99	.785 .000 99	.721 .000 99	.875 .000 99
Tingkat Menyukai Konten Promosi Techninar	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.878 .000 99	.836 .000 99	.857 .000 99	.836 .000 99	.783 .000 99	1 .755 99	.881 .000 99	.737 .000 99	.703 .000 99	.832 .000 99
Tingkat Keyakinan Terhadap Techninar Dibandingkan dengan Webinar Lainnya	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.656 .000 99	.709 .000 99	.763 .000 99	.729 .000 99	.735 .000 99	.786 .000 99	1 .731 99	.718 .000 99	.795 .000 99	.870 .000 99
Tingkat Minat Membeli Tiket Techninar	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.883 .000 99	.877 .000 99	.786 .000 99	.733 .000 99	.881 .000 99	.731 .000 99	.718 .000 99	1 .800 99	.888 .000 99	.898 .000 99
Tingkat Ketertarikan Membeli Tiket Techninar	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.727 .000 99	.860 .000 99	.739 .000 99	.753 .000 99	.785 .000 99	.737 .000 99	.718 .000 99	.800 .000 99	1 .894 99	.915 .000 99
Tingkat Keyakinan Membeli Tiket Techninar Setelah Melihat Konten Promosi Techninar	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.737 .000 99	.828 .000 99	.745 .000 99	.739 .000 99	.721 .000 99	.703 .000 99	.765 .000 99	.885 .000 99	.864 .000 99	1 .905 99
Minat Beli Tiket	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.815 .000 99	.768 .000 99	.880 .000 99	.883 .000 99	.832 .000 99	.870 .000 99	.886 .000 99	.898 .000 99	.905 .000 99	1 .915 99

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



## 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat beli

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	99	99,0
	Excluded <sup>a</sup>	1	1,0
	Total	100	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,963	10

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Tingkat Kesadaran Mengenai Kebutuhan Techminar	34,88	67,414	,773	,961
Tingkat Kesadaran Bahwa Techminar Merupakan Webinar Diadakan oleh PT Keren Entertainment Indonesia	34,59	69,449	,760	,962
Tingkat Pengetahuan Mengenai Kualitas Pembicara Techminar	34,97	65,091	,848	,958
Tingkat Pengetahuan Anda Mengenai Topik dan Jadwal Techminar	34,93	63,658	,845	,958
Tingkat Menyukai Techminar	34,82	65,926	,844	,958
Tingkat Menyukai Konten Promosi Techminar	34,91	67,777	,796	,960
Tingkat Keyakinan Terhadap Techminar Dibandingkan dengan Webinar Lainnya	34,95	66,334	,839	,959
Tingkat minat Membeli Tiket Techminar	35,14	64,041	,867	,957
Tingkat Ketertarikan Membeli Tiket Techminar	35,14	63,796	,891	,956
Tingkat Keyakinan Membeli Tiket Techminar Setelah Melihat Konten Promosi Techminar	35,13	63,013	,876	,957

## 6. Kategori/Kelas Variabel

### Statistics

Nilai Social Media Engagement

N	Valid	99
	Missing	0

### Statistics

Nilai Minat Beli

N	Valid	99
	Missing	0

### Nilai Social Media Engagement

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	21	21,2	21,2	21,2
	Sangat Rendah	13	13,1	13,1	34,3
	Sangat Tinggi	11	11,1	11,1	45,5
	Sedang	23	23,2	23,2	68,7
	Tinggi	31	31,3	31,3	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

### Nilai Minat Beli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	8	8,1	8,1	8,1
	Sangat R	2	2,0	2,0	10,1
	Sangat T	49	49,5	49,5	59,6
	Sedang	17	17,2	17,2	76,8
	Tinggi	23	23,2	23,2	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

## 7. Identitas Responden

### Statistics

Usia

N	Valid	99
	Missing	1
Mean		1,57
Median		2,00
Mode		2
Range		2
Minimum		1
Maximum		3

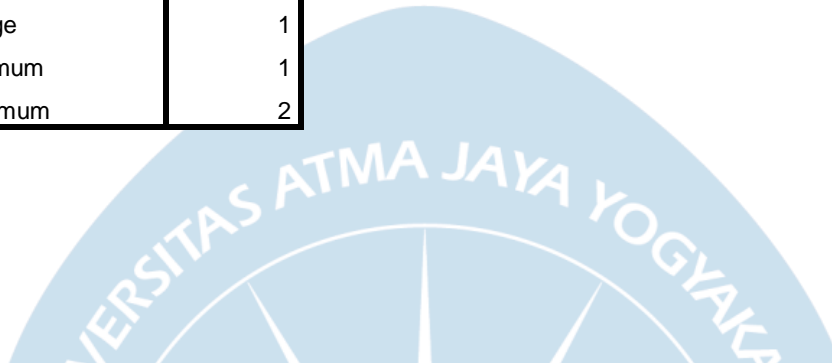
### Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-21 tahun	46	46,0	46,5	46,5
	22-25 tahun	50	50,0	50,5	97,0
	>25 tahun	3	3,0	3,0	100,0
	Total	99	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		100	100,0		

### Statistics

Jenis Kelamin

N	Valid	99
	Missing	1
Mode		1
Range		1
Minimum		1
Maximum		2



### Jenis Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	67	67,0	67,7	67,7
	Laki-laki	32	32,0	32,3	100,0
	Total	99	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		100	100,0		

## 8. Distribusi Frekuensi Variabel *Social Media Engagement*

**Tingkat Frekuensi Melihat Konten Promosi Techminar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	10	10,0	10,1	10,1
	Rendah	7	7,0	7,1	17,2
	Sedang	22	22,0	22,2	39,4
	Tinggi	36	36,0	36,4	75,8
	Sangat Tinggi	24	24,0	24,2	100,0
	Total	99	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		100	100,0		

**Tingkat Memahami Konten Promosi Techminar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	8	8,0	8,1	8,1
	Rendah	7	7,0	7,1	15,2
	Sedang	16	16,0	16,2	31,3
	Tinggi	41	41,0	41,4	72,7
	Sangat Tinggi	27	27,0	27,3	100,0
	Total	99	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		100	100,0		

**Tingkat Durasi Melihat Konten Promosi Techminar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	9	9,0	9,1	9,1
	Rendah	12	12,0	12,1	21,2
	Sedang	28	28,0	28,3	49,5
	Tinggi	31	31,0	31,3	80,8
	Sangat Tinggi	19	19,0	19,2	100,0
	Total	99	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		100	100,0		

**Tingkat Frekuensi Menyukai dan Mengomentari Konten Promosi Techminar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	16	16,0	16,2	16,2
	Rendah	16	16,0	16,2	32,3
	Sedang	27	27,0	27,3	59,6
	Tinggi	27	27,0	27,3	86,9
	Sangat Tinggi	13	13,0	13,1	100,0
	Total	99	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		100	100,0		

**Tingkat Intensitas Menyukai dan Mengomentari Konten Promosi Techminar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	13	13,0	13,1	13,1
	Rendah	16	16,0	16,2	29,3
	Sedang	28	28,0	28,3	57,6
	Tinggi	28	28,0	28,3	85,9
	Sangat Tinggi	14	14,0	14,1	100,0
	Total	99	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		100	100,0		

**Tingkat Durasi Anda Menyukai dan Mengomentari Konten Promosi Techminar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	12	12,0	12,1	12,1
	Rendah	14	14,0	14,1	26,3
	Sedang	34	34,0	34,3	60,6
	Tinggi	27	27,0	27,3	87,9
	Sangat Tinggi	12	12,0	12,1	100,0
	Total	99	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		100	100,0		

**Tingkat Frekuensi Membagikan Konten Promosi Techminar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	16	16,0	16,2	16,2
	Rendah	17	17,0	17,2	33,3
	Sedang	28	28,0	28,3	61,6
	Tinggi	25	25,0	25,3	86,9
	Sangat Tinggi	13	13,0	13,1	100,0
Total		99	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		100	100,0		

**Tingkat Intensitas Membagikan Konten Promosi Techminar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	17	17,0	17,2	17,2
	Rendah	17	17,0	17,2	34,3
	Sedang	28	28,0	28,3	62,6
	Tinggi	25	25,0	25,3	87,9
	Sangat Tinggi	12	12,0	12,1	100,0
Total		99	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		100	100,0		

**Tingkat Durasi Membagikan Konten Promosi Techminar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	18	18,0	18,2	18,2
	Rendah	13	13,0	13,1	31,3
	Sedang	33	33,0	33,3	64,6
	Tinggi	26	26,0	26,3	90,9
	Sangat Tinggi	9	9,0	9,1	100,0
Total		99	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		100	100,0		



**Tingkat Frekuensi Membuat Konten atau Mengunggah Konten tentang Promosi**

**Techminar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	20	20,0	20,2	20,2
	Rendah	22	22,0	22,2	42,4
	Sedang	20	20,0	20,2	62,6
	Tinggi	25	25,0	25,3	87,9
	Sangat Tinggi	12	12,0	12,1	100,0
	Total	99	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		100	100,0		

**Tingkat Intensitas Membuat Konten atau Mengunggah Konten tentang Promosi**

**Techminar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	19	19,0	19,2	19,2
	Rendah	19	19,0	19,2	38,4
	Sedang	25	25,0	25,3	63,6
	Tinggi	24	24,0	24,2	87,9
	Sangat Tinggi	12	12,0	12,1	100,0
	Total	99	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		100	100,0		

**Tingkat Durasi Membuat Konten atau Mengunggah Konten tentang Promosi Techminar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	20	20,0	20,2	20,2
	Rendah	20	20,0	20,2	40,4
	Sedang	26	26,0	26,3	66,7
	Tinggi	23	23,0	23,2	89,9
	Sangat Tinggi	10	10,0	10,1	100,0
	Total	99	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		100	100,0		

## 9. Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli

**Tingkat Kesadaran Mengenai Kebutuhan Techminar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	1	1,0	1,0	1,0
	Rendah	5	5,0	5,1	6,1
	Sedang	28	28,0	28,3	34,3
	Tinggi	29	29,0	29,3	63,6
	Sangat Tinggi	36	36,0	36,4	100,0
	Total	99	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		100	100,0		

**Tingkat Kesadaran Bahwa Techminar Merupakan Webinar Diadakan oleh PT Keren**

**Entertainment Indonesia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	1	1,0	1,0	1,0
	Sedang	22	22,0	22,2	23,2
	Tinggi	28	28,0	28,3	51,5
	Sangat Tinggi	48	48,0	48,5	100,0
	Total	99	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		100	100,0		

**Tingkat Pengetahuan Mengenai Kualitas Pembicara Techminar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	4	4,0	4,0	4,0
	Rendah	6	6,0	6,1	10,1
	Sedang	21	21,0	21,2	31,3
	Tinggi	37	37,0	37,4	68,7
	Sangat Tinggi	31	31,0	31,3	100,0
	Total	99	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		100	100,0		

**Tingkat Pengetahuan Anda Mengenai Topik dan Jadwal Techminar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	6	6,0	6,1	6,1
	Rendah	5	5,0	5,1	11,1
	Sedang	21	21,0	21,2	32,3
	Tinggi	28	28,0	28,3	60,6
	Sangat Tinggi	39	39,0	39,4	100,0
	Total	99	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		100	100,0		

**Tingkat Menyukai Techminar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	3	3,0	3,0	3,0
	Rendah	4	4,0	4,0	7,1
	Sedang	19	19,0	19,2	26,3
	Tinggi	36	36,0	36,4	62,6
	Sangat Tinggi	37	37,0	37,4	100,0
	Total	99	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		100	100,0		

**Tingkat Menyukai Konten Promosi Techminar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	1	1,0	1,0	1,0
	Rendah	7	7,0	7,1	8,1
	Sedang	19	19,0	19,2	27,3
	Tinggi	44	44,0	44,4	71,7
	Sangat Tinggi	28	28,0	28,3	100,0
	Total	99	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		100	100,0		

**Tingkat Keyakinan Terhadap Techminar Dibandingkan dengan Webinar Lainnya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	3	3,0	3,0	3,0
	Rendah	4	4,0	4,0	7,1
	Sedang	24	24,0	24,2	31,3
	Tinggi	39	39,0	39,4	70,7
	Sangat Tinggi	29	29,0	29,3	100,0
	Total	99	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		100	100,0		

**Tingkat minat Membeli Tiket Techminar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	6	6,0	6,1	6,1
	Rendah	7	7,0	7,1	13,1
	Sedang	24	24,0	24,2	37,4
	Tinggi	37	37,0	37,4	74,7
	Sangat Tinggi	25	25,0	25,3	100,0
	Total	99	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		100	100,0		

**Tingkat Ketertarikan Membeli Tiket Techminar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	5	5,0	5,1	5,1
	Rendah	9	9,0	9,1	14,1
	Sedang	23	23,0	23,2	37,4
	Tinggi	37	37,0	37,4	74,7
	Sangat Tinggi	25	25,0	25,3	100,0
	Total	99	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		100	100,0		

**Tingkat Keyakinan Membeli Tiket Techminar Setelah Melihat Konten Promosi Techminar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	6	6,0	6,1	6,1
	Rendah	9	9,0	9,1	15,2
	Sedang	22	22,0	22,2	37,4
	Tinggi	33	33,0	33,3	70,7
	Sangat Tinggi	29	29,0	29,3	100,0
	Total	99	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		100	100,0		



## 10. Hasil Uji Korelasi

Correlations

		Social Media Management	Minat Beli Tiket
Social Media Management	Pearson Correlation	1	,759**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	99	99
Minat Beli Tiket	Pearson Correlation	,759**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	99	99

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



## 11. Hasil Uji Regresi

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

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Social Media Management <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Minat Beli Tiket

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,759 <sup>a</sup>	,576	,572	5,880

a. Predictors: (Constant), Social Media Management

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4556,697	1	4556,697	131,807	,000 <sup>b</sup>
	Residual	3353,384	97	34,571		
	Total	7910,081	98			

a. Dependent Variable: Minat Beli Tiket

b. Predictors: (Constant), Social Media Management

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17,868	1,919		9,311	,000
	Social Media Management	,558	,049	,759	11,481	,000

a. Dependent Variable: Minat Beli Tiket

## 12. Hasil Data Variabel *Social Media Engagement*

Responden	CON1	CON2	CON3	CU1	CU2	CU3	COLL1	COLL2	COLL3	CRE1	CRE2	CRE3
1	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5
2	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4
3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	4	3	3	3	4	3	4
5	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	3	3	2	3	3	2	2	2
7	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	5	5	4	3	4	3	2	1	1	1	1	1
11	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2
12	5	5	5	3	3	3	4	4	3	1	1	1
13	4	3	4	3	3	3	2	2	2	1	1	1
14	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
15	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2
16	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
17	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4
18	3	3	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
19	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	2	4	3	4	3	3	5	4	3
21	4	5	5	3	3	3	4	5	5	5	5	4
22	5	5	4	3	3	3	5	4	3	3	4	4
23	4	4	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2
24	3	4	3	2	2	3	5	5	5	1	1	2
25	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2
26	3	4	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3
27	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2
28	3	3	4	2	2	2	2	2	1	1	1	1
29	5	5	3	4	4	4	2	2	2	1	1	1
30	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5
31	3	4	5	2	3	3	4	4	4	4	4	4
32	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4
33	5	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3
34	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
35	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
36	5	5	5	5	3	3	2	2	2	2	2	2
37	4	5	5	2	2	2	3	3	3	2	2	2
38	4	4	3	2	2	2	1	1	1	2	2	2
39	5	4	3	2	2	3	1	1	1	3	3	2
40	4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5
41	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	3
42	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
43	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3
44	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
45	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
46	4	4	3	3	4	3	1	2	1	1	2	1
47	4	5	3	4	5	4	4	5	4	5	5	5
48	4	4	5	1	1	1	2	3	3	2	3	2
49	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1
50	5	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4
51	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
52	4	4	5	4	2	3	4	3	4	2	3	3
53	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
54	5	5	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3
55	4	5	4	4	3	5	4	4	4	2	3	4
56	4	4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3
57	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4
58	3	3	4	1	1	1	1	1	2	2	2	1
59	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
60	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3



61	4	4	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
63	2	4	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2
64	5	4	2	5	5	4	5	5	4	5	4	5
65	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
67	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
68	2	4	3	3	1	2	1	1	1	1	2	2
69	4	5	3	3	5	5	4	4	4	3	3	3
70	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
72	4	4	4	5	5	5	3	3	3	3	4	3
73	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2
74	5	5	3	5	5	4	5	5	4	4	5	4
75	3	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4
76	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
77	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
78	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1
79	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
80	1	4	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
81	1	1	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3
82	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
83	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
84	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2
85	2	1	1	1	3	3	4	4	3	4	2	4
86	5	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3
87	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1
88	1	1	1	1	3	3	2	2	2	2	2	3
89	3	5	2	2	3	4	2	2	1	1	1	1
90	4	3	3	4	4	4	3	3	3	1	2	2
91	1	3	1	3	4	4	3	3	3	3	3	3
92	4	4	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1
93	1	3	2	2	2	3	2	2	3	2	1	2
94	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2
95	3	2	3	5	1	1	1	1	1	1	1	1
96	1	3	2	4	3	3	2	3	3	2	3	3
97	3	2	2	1	3	3	3	3	4	4	4	3
98	4	4	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2
99	2	2	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1



### 13. Hasil Data Variabel Minat Beli

Responden	A1	A2	K1	K2	L1	L2	PRE	CONVIC1	CONVIC2	PUR
1	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4
6	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5
10	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
11	3	5	5	5	5	4	5	4	4	4
12	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
13	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
14	5	5	5	5	4	3	5	5	4	5
15	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5
16	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4
17	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
18	3	5	4	4	3	2	4	2	2	2
19	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3
20	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4
21	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
22	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5
23	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4
24	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
25	4	5	4	5	4	3	5	4	4	4
26	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
27	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
28	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
31	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
33	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
34	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
37	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
38	3	5	4	4	4	3	3	3	3	3
39	3	4	4	5	3	4	4	3	3	3
40	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5
41	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
42	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4
45	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3
46	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
47	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
48	3	5	3	5	4	3	4	3	3	3
49	3	4	3	2	4	4	3	1	1	1
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
52	5	5	3	5	3	4	3	1	2	2
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
55	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
57	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4
58	3	3	1	1	3	3	3	2	2	2
59	3	4	2	1	3	2	2	1	2	1
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
61	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
63	3	4	3	3	4	4	4	2	2	2
64	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5
65	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
66	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3
67	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3
68	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3
69	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
70	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
72	4	3	4	3	4	4	4	5	4	5
73	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4
74	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
75	3	4	5	4	3	4	5	4	3	4
76	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
78	2	3	3	2	2	2	3	1	1	1
79	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
80	1	3	2	2	1	2	1	2	1	1
81	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
82	2	3	1	1	1	3	3	1	2	2
83	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2
84	5	4	2	3	5	5	3	3	4	4
85	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
86	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3
87	3	3	3	3	4	2	1	2	2	2
88	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
89	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3
90	5	4	3	3	4	4	4	3	4	3
91	3	4	4	4	5	5	4	4	5	3
92	4	3	2	2	2	2	2	3	3	3
93	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
94	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3
95	2	3	2	1	2	3	2	2	1	1
96	3	4	4	3	4	4	3	3	4	2
97	3	5	4	4	3	3	3	4	4	4
98	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
99	3	3	1	1	3	3	3	3	2	2