

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada bab ini, peneliti menjelaskan adanya pengaruh antara kredibilitas Brand Ambassador Rizky Billar terhadap minat beli remaja laki-laki Sekolah Menengah Atas di Kota Yogyakarta. Hal ini membuktikan bahwa H_a dalam penelitian ini diterima dan H_0 dalam penelitian ini ditolak.

Uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan hasil signifikansi sebesar 0,000 yang berarti nilai signifikansi (Sig) < dari nilai probabilitas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kredibilitas Brand Ambassador Rizky Billar terhadap minat beli produk Ms Glow Men remaja laki-laki Sekolah Menengah Atas di Kota Yogyakarta.

Dalam penelitian ini, variabel kredibilitas Brand Ambassador masuk kedalam kategori tinggi. Sedangkan variabel minat beli masuk kedalam kategori tinggi. Diketahui bahwa hasil koefisien regresi memiliki nilai sebesar 0,717. Hasil ini menunjukkan tingkat keeratan atau hubungan antara variabel kredibilitas Brand Ambassador dengan variabel minat beli adalah kuat.

Nilai koefisien determinasi atau R Square yang didapatkan sebesar 0,514. Hasil tersebut menjelaskan bahwa variabel kredibilitas Brand Ambassador memiliki pengaruh terhadap variabel minat beli sebesar 51,4%, sedangkan sisahnya atau sebesar 48,6% adalah pengaruh dari faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Akademis

Pada penelitian ini Variable kredibilitas brand ambassador Rizky Billar digunakan dalam mempengaruhi minat beli produk Ms Glow Men pada siswa SMA. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variable lain yang terkait dalam mempengaruhi minat beli seperti citra merek dan kualitas layanan, atau menambah jumlah responden yang tidak hanya dari kalangan remaja SMA. Teori S-O-R juga masih menjadi teori yang relevan dan dapat digunakan untuk penelitian yang berkaitan dengan komunikasi pemasaran.

2. Praktis

- a. Nilai mean terendah dalam variable kredibilitas adalah indicator “Rizky Billar Memiliki Pengalaman Yang Memadai Mengenai Produk Ms Glow Men Yang Dipromosikan Dalam Konten Instagram Miliknya” . Berdasarkan hal itu maka saran bagi MS Glow Men agar dapat memakai Brand Ambassador yang lebih memiliki banyak pengalaman dalam menggunakan produk MS Glow Men. Sementara untuk nilai mean terendah dalam variable minat beli adalah indicator pertanyaan “Produk Ms Glow Men lebih menarik perhatian saya dibandingkan

produk skincare yang lain”. Berdasarkan hal itu maka saran untuk MS Glow Men kedepannya agar dapat memikirkan sebuah strategi supaya lebih menarik dibandingkan kompetitor yang lain.

- b. Nilai mean tertinggi dalam variable kredibilitas adalah indikator “Rizky Billar Bersikap Jujur Ketika Melakukan Promosi Produk Ms Glow Men”. Sehingga untuk kedepannya, MS Glow Men dapat mempertahankan Brand Ambassador yang jujur ketika melakukan promosi produk Ms Glow Men dan untuk nilai mean tertinggi pada variable minat beli adalah indicator “tertarik untuk membeli produk Ms Glow Men” sehingga untuk kedepannya, MS Glow Men dapat mempertahankan strategi promosi yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- (2021). Retrieved from itpc.or.jp: <https://itpc.or.jp/wp-content/uploads/2021/11/4.Kosmetik- Skincare-FINAL.pdf>
- Abdullah, M. (2015). METODE PENELITIAN KUANTITATIF. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Arifin, J. (2020, July 1). Retrieved from radarbromo.jawapos.com: <https://radarbromo.jawapos.com/features/01/07/2020/upaya-gilang-w-p-jadikan-ms- glow-for-men-raja-skin-care-pria-indonesia/>
- Ariyanti, F. (2017, September 22). liputan6. Retrieved from liputan6.com: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3103505/perusahaan-harus-ubah-strategi-demi-bertahan-di-era-digital>
- Asrianti, S. (2018, April 12). republika.co.id. Retrieved from <https://www.republika.co.id/berita/gayahidup/trend/18/04/12/p7288h284-psikolog-ungkap-penyebab-remaja-kecanduan-kosmetik>
- Asmara, J. A. (2022, November 20). Zigi.id. From <https://hits.zigi.id/profil-dan-biodatarisky-billar-agama-umur-istri-sinetron-bisnis-12199>
- Budiman, V., Loisa, R., & Pandrianto, N. (2019). Peran Brand Ambassador Pada Iklan Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Iklan Youtube LG G7 ThinQ BTS). Jurnal Prologia, 546-55
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA. Jurnal Unita, 140-157.
- Cholil, A. M. (2018). 101 Branding Ideas : Strategi Jitu Memenangkan Hati Konsumen. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

- Dianawati, V. (2021, March 19). fimela.com. Retrieved from
<https://www.fimela.com/beauty/read/4501558/survei-sebut-pria-lebih-rajin-pakai-skincare-di-masa-pandemi-covid-19>
- Effendy, O. U. (2003). Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Fatonah, T. (2021, September 22). Suara.com. Retrieved from
<https://www.suara.com/entertainment/2021/09/22/150005/deretan-kontroversi-lesti-kejora-terbaru-ungkap-nikah-siri-diam-diam-dengan-rizky-billar>
- Firmansyah, D. W. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Media Sosial melalui Brand Ambassador pada Cakekinian. Jurnal Ilmiah FEB Brawijaya, 1-16.
- Grab. (2022, June 6). Retrieved from
[Grab.com:https://www.grab.com/id/press/consumers-drivers/grab-indonesia-umumkan-pasangan-selebriti-raffi-ahmad-dan-nagita-slavina-sebagai-brand-ambassador/](https://www.grab.com/id/press/consumers-drivers/grab-indonesia-umumkan-pasangan-selebriti-raffi-ahmad-dan-nagita-slavina-sebagai-brand-ambassador/)
- Gusmulyadi, H. (2022, January 10). TribunPekanbaru.com. Retrieved from
<https://pekanbaru.tribunnews.com/2022/01/10/hebohnya-isu-rizky-billar-jadi-simpanan-tante-tante-dan-waria-satria-mulia-akui-diancam-suami-lesti>
- Helmi, S., & Maryoni, H. (2016). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN PADA CV.MASTER PASIR PENGARAIAN KABUPATEN ROKAN HULU. Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen UPP, 1-13.
- Ishak, A. (2008). PENGARUH PENGGUNAAN SELEBRITI DALAM IKLAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. Jurnal Siasat Bisnis, 71-88.
- Ilmi, S., Pawenang, S., & Marwati, F. (2020). PENGARUH CHOI SIWON SEBAGAI BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE DAN CITA RASA

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE KOREAN SPICY CHICKEN. Jurnal Edunomika

- Jurnaiti. (2017). Jurnaiti, J., & Lubis, A. R. (2017). PENGARUH CONSUMER INVOLVEMENT, KREDIBILITAS SUMBER INFORMASI DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG (STUDI PADA KONSUMEN OBAT PADA APOTEK DI KOTA BANDA ACEH). Jurnal Perspektif Manajemen dan Perbankan, 136-15.
- kemdikbud.go.id. (2022, May 13). Retrieved from <https://dapo.kemdikbud.go.id/pd/2/046000>
- Khurri, A. A., Rachma, & Khoirul. (2020). Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan, dan Keahlian Terhadap Keputusan Pembelian. e-jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma, 187-201
- Laoli, N. (2021, September 10). kontan.co.id. Retrieved from <https://industri.kontan.co.id/news/ms-glow-beauty-kembali-raih-penghargaan-marketeers-omni-brands-of-the-year>
- Mcrae, K., Ochsner, K., Mauss, I., Gross, J., & Gabrieli, J. (2008). Gender Differences in Emotion Regulation: An fMRI Study of Cognitive Reappraisal. Group Process Intergroup Relat.
- Morrison. (2017). Metode Penelitian Survei. Jakarta: Kencana.
- Nawal, M. (2009). The Eleventh Commandment : An Introduction to Religio- Marketing.
- Ningrum, N. S. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Md Clinic by Lazeta. Bisnis dan Iptek, 141-152.
- Nurmala, D. A. (2018, 9). Modul Uji Validitas dan Reliabilitas. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/328600462_Modul_Uji_Validitas_dan_Reliabilitas
- Nurrahmah, A. (2021). Pengantar Statistika I. Bandung: CV Media Sains Indonesia.

- Purbohastuti, A. W. (2020). MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK SHOPEE MELALUI CELEBRITY ENDORSER. *Jurnal Bisnis Terapan*, 37-46.
- Rahmah, N. (2015). Pengaruh Kredibilitas Endorser Iklan Sensodyne Pada Sikap Konsumen dan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1-53.
- Susilo, D., Putranto, T. D., & Navarro, C. J. (2021). MS Glow For Men: Digital Marketing Strategy on Men's Facial Care. *Jurnal Sinergi*.
- Sigar, H., Londa, N., & Tulung, L. (2017). RESEPSI JEMAAT TERHADAP KREDIBILITAS PELAYAN KHUSUS SEBAGAI KOMUNIKATOR (Studi di Jemaat GMIM Nafiri Walewangko, Kecamatan Langowan Barat, Kabupaten Minahasa. *Acta Diurna*, 1-13.
- Sugiyono. (2010). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Swarjana, I. K. (2013). *Metodologi Penelitian Kesehatan : Tuntutan Praktis Pembuatan Proposal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Umar, H. (2003). *Metode Riset Bisnis : panduan mahasiswa untuk melaksanakan riset dilengkapi contoh proposal dan hasil riset bidang manajemen dan akuntansi*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Umar, H. (2005). *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gramedia pustaka Utama.
- Winoto, Y. (2015). Penerapan Teori Kredibilitas Sumber (Source of Credibility) Dalam Penelitian-penelitian Layanan Perpustakaan. *EduLib*, 1-14.
- Yasir. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi: Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif*. Yogyakarta:

LAMPIRAN**KUESIONER PENELITIAN****KUESIONER PENELITIAN PENGARUH KREDIBILITAS SELEBRITI RIZKY****BILLAR SEBAGAI BRAND AMBASSADOR MS GLOW MEN TERHADAP****MINAT BELI REMAJA SEKOLAH MENENGAH ATAS DI KOTA****YOGYAKARTA**

Terima kasih atas waktunya teman-teman.

Perkenalkan saya Daniel Aryo Bismo Setiawan Mahasiswa Akhir Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dengan ini saya ingin meminta waktu dari teman-teman untuk mengisi kuesioner dari saya.

Atas waktu yang telah teman-teman berikan, saya ucapkan banyak-banyak Terima Kasih. Kuesioner yang akan diisi akan berbentuk skala Likert, dimana terdapat empat alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang diberikan, yaitu:

Keterangan:

SS = Sangat Setuju (4)

S = Setuju (3)

TS = Tidak Setuju (2)

STS = Sangat Tidak Setuju (1)

1. Nama Lengkap

=

2. Kelas

() Kelas 10

() Kelas 11

() Kelas 12

3. Asal Sekolah

=

4. Apakah anda aktif menggunakan Instagram

() Ya

() Tidak

5. Aktif mengakses konten skincare MS Glow Men

() Ya

() Tidak

6. Saya pernah melihat Rizky Billar sebagai Brand Ambassador MS Glow Men

() Ya

() Tidak

A. VARIABEL X (Kredibilitas Sumber)

No.	Pertanyaan				
VARIABEL X (Kredibilitas)					
<i>Kredibilitas Brand Ambassador</i>		STS	TS	S	SS

1.	Ketika tampil dalam pesan iklan MS Glow Men, Rizky Billar mempunyai daya tarik yang layak untuk disukai				
2.	Penampilan Rizk Billar dalam iklan MS Glow Men menyenangkan untuk dilihat				
3,	Sebagai Brand Ambassador, Rizky Billar memiliki sifat yang baik sesuai dengan nilai budaya Indonesia				
4.	Sebagai Brand Ambassdor, Rizky Billar memiliki moral yang baik sesuai dengan nilai budaya Indonesia				
5.	Rizky Billar memnpunyai fanbase yang besar di Indonesia				
6.	Rizky Billar merupakan salah satu selebriti terkenal di Indonesia.				
Kepercayaan		STS	TS	S	SS
7.	Rizky Billar bersikap jujur ketika melakukan promosi produk MS Glow Men				
8.	Ketika menyampaikan pesan promosi dalam iklan MS Glow Men, Rizky Billar bersikap se- netral mungkin				
9.	Ketika tampil dalam iklan-iklan promosi MS Glow Men, Rizky Billar menyampaikan skincare secara				

	objektif				
10.	Ketika membintangi iklan MS Glow Men, Rizky Billar memiliki integritas yang tinggi dalam membawakan sebuah merk				
11.	Rizky Billar dapat dipercaya ketika melakukan promosi produk MS Glow Men				
Keahlian		STS	TS	S	SS
12.	Rizky Billar memiliki pengetahuan yang baik mengenai produk MS Glow Men				
13.	Rizky Billar memiliki pengalaman yang memadai mengenai produk MS Glow Men yang dipromosikan dalam konten Instagram miliknya				
14.	Rizky Billar memiliki keahlian dalam menyampaikan pesan promosi terhadap konsumen dalam setiap kontennya.				
15.	Rizky Billar memiliki kemampuan dalam menggunakan produk MS Glow Men ketika mempromosikan produk.				

B. VARIABEL Y (MINAT BELI)

No.	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
VARIABEL Y (MINAT BELI)					
Minat Transaksional					

16.	Saya tertarik untuk membeli produk MS Glow Men				
17.	Saya tertarik untuk membeli penawaran promo produk MS Glow Men				
Minat Referensial					
18.	Saya bersedia untuk merekomendasikan produk MS Glow Men kepada keluarga				
19.	Saya bersedia untuk merekomendasikan produk MS Glow Men kepada teman				
20.	Saya bersedia membagikan informasi produk MS Glow Men melalui Instagram saya				
Minat Preferensial					
21.	MS Glow Men merupakan pilihan pertama saya dalam kebutuhan produk skincare				
22.	Produk MS Glow Men lebi menarik perhatian saya dibandingkan produk skincare yang lain				
Minat Eksploratif					
23.	Saya mencari informasi mengenai produk MS Glow Men melalui instagam resmi MS Glow Men				
24.	Saya menanyakan informasi produk MS Glow Men kepada orang yang sudah menggunakannya				

Tabel Hasil Jawaban Seluruh Responden Untuk Variabel Kredibilitas Sumber

No	Kelas	Kredibilitas Sumber														
		Daya Tarik						Kepercayaan					Keahlian			
		DT1	DT2	DT3	DT4	DT5	DT6	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KH1	KH2	KH3	KH4
1	10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
2	10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
3	11	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4
4	11	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3
5	12	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4
6	10	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
7	12	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
8	11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
9	12	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	11	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2
11	12	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4
12	10	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4
13	12	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
14	10	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	12	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
16	11	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
18	10	3	3	2	2	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4
19	12	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	2	3	3
20	11	3	2	3	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
21	12	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
22	11	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4
23	12	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3
24	12	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3
25	11	4	4	3	4	3	2	4	3	3	3	4	3	4	3	3
26	12	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
27	10	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3
28	11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
29	11	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3
30	12	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3
31	10	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
32	12	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3

33	11	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3
34	11	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3
35	10	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3
36	11	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	2	3	3	3	3
37	11	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3
38	12	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	2
39	12	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4
40	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
41	10	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4
42	12	2	2	3	1	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3
43	11	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2
44	12	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
45	10	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4
46	12	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
47	11	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4
48	12	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4
49	11	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3
50	12	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
51	12	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4
52	11	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
53	11	2	3	2	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3
54	10	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4
55	11	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3
56	11	4	4	3	4	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4
57	12	2	3	2	2	4	3	2	4	3	2	3	4	3	3	3
58	12	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	12	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3
60	10	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4
61	12	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3
62	11	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	2
63	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
64	10	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
65	12	2	3	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4
66	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
67	10	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	12	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
69	11	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	4	4
70	11	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4
71	12	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3

72	12	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
73	12	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4
74	12	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3
75	12	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3
76	10	3	4	3	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3
77	12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
78	11	3	2	2	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3
79	12	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3
80	10	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3
81	12	2	3	2	3	3	2	4	3	3	3	2	3	3	2	4
82	11	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
83	11	4	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4
84	11	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	2	3	2	3	3
85	11	2	2	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3
86	10	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
87	10	3	4	3	3	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3
88	11	2	3	2	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3
89	11	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3
90	11	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3
91	11	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
92	11	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3
93	10	3	3	4	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	4	3
94	12	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3
95	12	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	2	3	2	3
96	12	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2
97	12	4	3	4	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4
98	11	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3
99	10	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2
100	10	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	2
101	10	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4

Tabel Hasil Jawaban Seluruh Responden Untuk Variabel Minat Beli

No	Kelas	Mitat Beli								
		Transaksional		Referensial			Preferensial		Eksploratif	
		MT1	MT2	MR1	MR2	MR3	MP1	MP2	ME1	ME2
1	10	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	10	4	4	4	4	3	4	2	3	3
3	11	4	4	4	4	3	3	4	4	4
4	11	4	4	4	4	3	3	2	3	3
5	12	4	4	4	4	3	3	3	3	3

6	10	4	4	4	3	3	4	4	3	3
7	12	4	4	3	4	3	3	2	3	3
8	11	3	4	4	3	3	3	3	3	4
9	12	4	4	4	4	3	3	3	3	3
10	11	2	2	1	2	2	2	2	2	1
11	12	4	4	4	4	3	4	3	4	3
12	10	4	3	4	3	3	3	3	3	3
13	12	3	4	4	3	3	3	2	3	3
14	10	3	3	3	3	3	2	3	3	3
15	12	4	3	3	3	3	3	3	3	3
16	11	4	4	4	4	3	3	3	3	3
17	12	4	3	3	3	3	3	3	3	4
18	10	3	4	4	3	3	3	3	3	3
19	12	4	4	4	4	3	3	3	3	3
20	11	4	3	3	4	3	3	3	3	3
21	12	3	4	4	3	3	3	3	3	3
22	11	4	3	3	3	3	2	3	3	3
23	12	3	3	3	3	3	3	3	4	3
24	12	3	4	3	3	4	4	4	4	4
25	11	4	3	3	3	3	3	2	3	3
26	12	4	4	4	4	3	3	3	3	3
27	10	4	4	4	4	3	3	2	3	3
28	11	4	4	4	4	3	4	4	3	3
29	11	3	4	3	4	4	3	3	3	3
30	12	4	4	3	4	3	3	3	3	3
31	10	4	4	4	3	3	3	3	4	4
32	12	4	3	3	3	3	4	4	4	4
33	11	3	4	4	3	3	2	2	3	3
34	11	4	4	4	3	4	4	4	4	4
35	10	3	3	2	3	3	3	3	4	4
36	11	3	3	2	3	3	3	3	3	4
37	11	3	2	2	3	3	3	3	4	4
38	12	3	3	3	2	3	3	3	4	3
39	12	3	2	2	2	3	3	3	4	4
40	12	3	3	4	3	4	4	4	4	4
41	10	3	3	3	4	4	4	4	4	4
42	12	2	2	2	3	2	3	2	2	3
43	11	2	1	1	2	2	2	2	2	3
44	12	4	4	3	3	3	3	3	3	3
45	10	4	4	4	4	3	3	3	3	3
46	12	4	4	3	4	3	3	3	3	3

47	11	4	4	4	4	3	3	3	3	3
48	12	4	4	4	4	3	3	3	3	3
49	11	4	4	4	4	3	3	3	3	3
50	12	4	4	4	4	4	4	3	4	3
51	12	4	4	4	3	3	3	3	3	3
52	11	4	4	4	4	4	3	3	4	4
53	11	4	3	3	4	4	3	3	4	4
54	10	4	3	4	3	3	3	3	3	3
55	11	3	3	3	3	3	3	3	3	3
56	11	4	3	3	3	3	3	3	3	3
57	12	3	2	2	3	3	3	3	4	3
58	12	4	4	3	4	3	3	3	3	3
59	12	3	4	3	3	3	3	3	3	3
60	10	4	4	3	4	3	3	3	3	3
61	12	4	4	4	4	3	3	3	3	3
62	11	4	4	4	4	3	3	3	3	3
63	12	4	4	4	4	3	3	3	3	3
64	10	4	4	3	3	3	3	3	3	3
65	12	4	4	4	3	3	3	3	3	3
66	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	10	4	4	4	3	4	3	4	3	4
68	12	3	3	3	3	3	4	3	4	3
69	11	3	4	3	3	4	4	3	4	4
70	11	4	3	3	3	3	3	3	3	3
71	12	4	3	3	4	3	3	3	3	3
72	12	2	3	3	3	3	3	4	4	4
73	12	3	3	4	3	3	3	3	3	3
74	12	3	4	4	3	3	3	3	3	3
75	12	4	3	3	3	3	3	3	3	3
76	10	4	4	3	4	3	3	3	3	3
77	12	3	4	4	3	3	3	3	3	3
78	11	4	3	3	3	3	3	3	3	3
79	12	4	3	3	3	3	3	3	3	3
80	10	3	2	3	3	4	4	4	4	4
81	12	3	2	2	3	2	3	3	3	4
82	11	3	4	4	4	3	3	3	4	4
83	11	4	3	4	4	4	4	3	3	3
84	11	3	2	2	3	2	3	3	3	4
85	11	4	3	2	2	3	3	3	3	3
86	10	2	2	3	1	3	3	3	3	3
87	10	2	3	2	2	3	2	3	3	3

88	11	2	3	3	3	3	3	3	4	3
89	11	3	4	4	3	4	4	4	4	4
90	11	3	2	2	2	3	3	2	3	3
91	11	4	4	4	4	3	3	3	3	3
92	11	4	3	3	3	3	3	2	3	3
93	10	4	3	2	3	4	4	4		
94	12	4	3	3	3	3	3	4	4	4
95	12	4	4	4	4	3	3	3	3	3
96	12	3	2	3	2	2	3	3	3	3
97	12	4	3	3	3	4	4	4	4	3
98	11	3	4	3	3	4	4	3	4	4
99	10	3	4	4	4	3	3	4	4	4
100	10	4	4	4	4	3	3	3	3	3
101	10	4	4	4	4	4	3	3	3	4





