

LAMPIRAN 1

No
Responden:

Kuisisioner Penelitian

Pengaruh Iklan Dengan Unsur Humor dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosnumen (Studi Kasus Iklan Rokok Djarum 76 Versi Kontes Jin 2012)

Assalamualaikum wr wb

Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Unggul Bima Sakti, mahasiswa studi S1 Ilmu Administrasi Niaga FISIP UNTAG SURABAYA angkatan 2017. Dalam rangka pemenuhan tugas akhir skripsi pengumpulan data mengenai penelitian yang saya ambil PENGARUH IKLAN (DENGAN UNSUR HUMOR) DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI KASUS IKLAN ROKOK DJARUM 76 VERSI KONTES JIN 2012) , saya mohon kesediaan dan keikhlasan saudara untuk mengisi beberapa pernyataan dari kuesioner berikut.

Jenis Kelamin : L/P

Umur :

Jenis perokok :

Pekerjaan :

Pendapatan :

PETUNJUK PENGISIAN

- Berikan tanda checklist (✓) untuk setiap jawaban dari pernyataan yang paling tepat menurut Anda

- Setiap pernyataan mempunyai lima alternatif jawaban, yaitu :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

CS = Cukup Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

1. Pernyataan Variabel (X1) Iklan Dengan Unsur Humor

No	PERNYATAAN	SS	S	CS	TS	STS
1	Iklan rokok Djarum 76 versi kontes jin 2012 sangat menghibur					
2	Iklan rokok Djarum 76 versi kontes jin 2012 mempunyai makna yang mendalam					
3	Iklan rokok Djarum 76 versi kontes jin 2012 mampu memikat para penonton					
4	Iklan humor rokok Djarum 76 sangat menginspirasi dibanding iklan humor rokok lainnya					
5	Iklan rokok zaman sekarang lebih kreatif dan cenderung sarkastik (sindiran) dibanding iklan produk rokok zaman dulu					

2. Pernyataan variabel (X2) Harga

No	PERNYATAAN	SS	S	CS	TS	STS
1	Harga rokok Djarum 76 terjangkau					
2	Harga rokok Djarum 76 sesuai dengan kualitasnya					
3	Daya saing produk rokok Djarum 76 tinggi					
4	Masyarakat tetap membeli rokok walau harga rokok naik					

3. Pernyataan variabel (Y) Keputusan Pembelian Konsumen

No	PERNYATAAN	SS	S	CS	TS	STS
1	Rokok sangat dibutuhkan untuk kegiatan sehari-hari					
2	Mendapatkan rokok Djarum 76 sangat mudah					
3	Produk rokok Djarum 76 memiliki kelebihan yang banyak dibanding kekurangan					
4	Membeli produk rokok Djarum 76 merupakan keputusan yang tepat					
5	Keinginan untuk pindah produk lain sangat tinggi					

Lampiran 2

TABULASI DATA RESPONDEN

Variabel Iklan Dengan Unsur Humor (X1)

Pernyataan	Skor					Jumlah	Mean	Keterangan
	SS	S	KS	TS	STS			
Iklan rokok Djarum 76 versi kontes jin 2012 sangat menghibur.	82	12	4	0	0	100	4.13	Setuju
Iklan rokok Djarum 76 versi kontes jin 2012 mempunyai makna yang mendalam.	79	13	8	0	0	100	4.15	Setuju
Iklan rokok Djarum 76 versi kontes jin 2012 mampu memikat para penonton.	88	12	0	0	0	100	4.20	Setuju
Iklan humor rokok Djarum 76 sangat menginspirasi dibanding iklan humor rokok lainnya.	72	16	10	2	0	10	4.02	Setuju
Iklan rokok zaman sekarang lebih kreatif dan cenderung sarkastik (sindiran) dibanding iklan produk rokok zaman dulu.	74	26	0	0	0	100	4.59	Sangat Setuju

Variabel Harga (X2)

Pernyataan	Skor					Jumlah	Mean	Keterangan
	SS	S	KS	TS	STS			
Harga rokok Djarum 76 terjangkau.	71	17	12	0	0	100	4.05	Setuju
Harga rokok djarum 76 sesuai dengan kualitas produknya	69	19	12	0	0	100	4.13	Setuju
Harga rokok djarum 76 mampu bersaing	76	19	5	0	0	100	4.09	Setuju
Masyarakat tetap membeli rokok walau harga rokok naik	71	29	0	0	0	100	4.50	Sangat Setuju

Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Pernyataan	Skor					Jumlah	Mean	Keterangan
	SS	S	KS	TS	STS			
Rokok sangat dibutuhkan untuk kegiatan sehari-hari.	80	20	0	0	0	100	4.56	Sangat Setuju
Mendapatkan produk rokok djarum 76 sangat mudah.	78	31	0	0	0	100	4.29	Sangat Setuju
Produk rokok djarum 76 memiliki kelebihan yang banyak dibanding kekurangannya .	39	50	11	0	0	100	4.13	Setuju
Membeli produk rokok djarum 76 merupakan keputusan yang tepat	44	42	7	0	0	100	4.07	Setuju
Keinginan untuk pindah produk lain sangat tinggi.	51	19	11	19	0	100	3.45	Setuju

LAMPIRAN 3

Hasil uji Validitas Variabel Iklan Dengan Unsur Humor (X1)

		Correlations					Total_Sc
		IK.1	IK.2	IK.3	IK.4	IK.5	ore
IK.1	Pearson Correlation	1	,406**	,179	,270**	,217*	,655**
	Sig. (2-tailed)		,000	,075	,007	,030	,000
	N	100	100	100	100	100	100
IK.2	Pearson Correlation	,406**	1	,144	,211*	,088	,543**
	Sig. (2-tailed)	,000		,152	,035	,381	,000
	N	100	100	100	100	100	100
IK.3	Pearson Correlation	,179	,144	1	,076	,250*	,489**
	Sig. (2-tailed)	,075	,152		,450	,012	,000
	N	100	100	100	100	100	100
IK.4	Pearson Correlation	,270**	,211*	,076	1	,438**	,711**
	Sig. (2-tailed)	,007	,035	,450		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
IK.5	Pearson Correlation	,217*	,088	,250*	,438**	1	,677**
	Sig. (2-tailed)	,030	,381	,012	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_Score	Pearson Correlation	,655**	,543**	,489**	,711**	,677**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Hasil uji Validias Harga (X2)

Correlations

		H.1	H.2	H.3	H.4	Total_Score
H.1	Pearson Correlation	1	,176	,198*	,051	,649**
	Sig. (2-tailed)		,080	,048	,615	,000
	N	100	100	100	100	100
H.2	Pearson Correlation	,176	1	,210*	,086	,573**
	Sig. (2-tailed)	,080		,036	,394	,000
	N	100	100	100	100	100
H.3	Pearson Correlation	,198*	,210*	1	-,112	,589**
	Sig. (2-tailed)	,048	,036		,269	,000
	N	100	100	100	100	100
H.4	Pearson Correlation	,051	,086	-,112	1	,464**
	Sig. (2-tailed)	,615	,394	,269		,000
	N	100	100	100	100	100
Total_Score	Pearson Correlation	,649**	,573**	,589**	,464**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

Hasil uji Validitas Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Correlations

		KP.1	KP.2	KP.3	KP.4	KP.5	Total_Score
KP.1	Pearson Correlation	1	,379**	,169	,106	-,148	,525**
	Sig. (2-tailed)		,000	,092	,296	,141	,000
	N	100	100	100	100	100	100
KP.2	Pearson Correlation	,379**	1	,125	-,099	,094	,494**
	Sig. (2-tailed)	,000		,215	,327	,353	,000
	N	100	100	100	100	100	100
KP.3	Pearson Correlation	,169	,125	1	,164	,401**	,682**
	Sig. (2-tailed)	,092	,215		,104	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
KP.4	Pearson Correlation	,106	-,099	,164	1	-,009	,492**
	Sig. (2-tailed)	,296	,327	,104		,929	,000
	N	100	100	100	100	100	100
KP.5	Pearson Correlation	-,148	,094	,401**	-,009	1	,510**
	Sig. (2-tailed)	,141	,353	,000	,929		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_Score	Pearson Correlation	,525**	,494**	,682**	,492**	,510**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Hasil uji Reabilitas tiap variabel (X1) (X2) (Y)

Variabel	Cronboach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Iklan Denga Unsur Humor	0.798	0.600	Valid
Harga	0.738	0.600	Valid
Keputusan Pembelian Konsumen	0.712	0.600	Valid

Uji Korelasi

Correlations

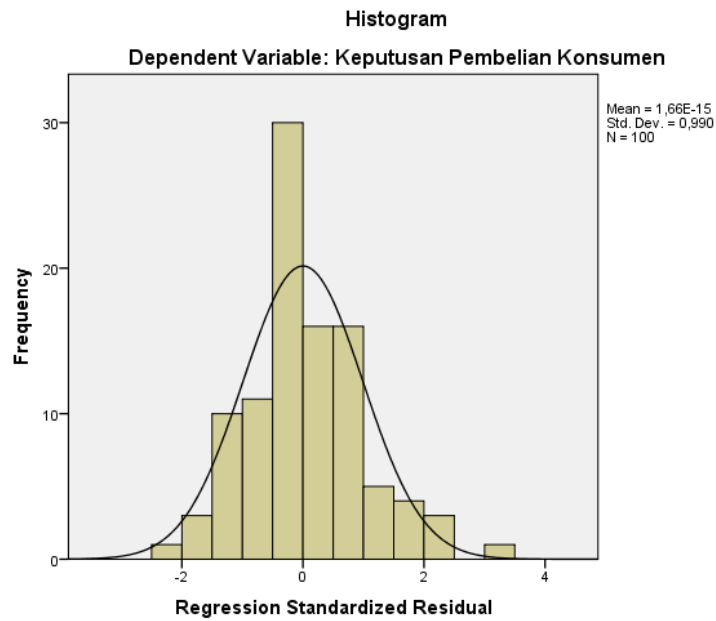
		Iklan dengan unsur humor	Harga	Keputusan pembelian konsumen
Iklan dengan unsur humor	Pearson Correlation	1	,356**	,628**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
Harga	Pearson Correlation	,356**	1	,401**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
Keputusan pembelian konsumen	Pearson Correlation	,628**	,401**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

LAMPIRAN 4

Hasil uji Asumsi Klasik

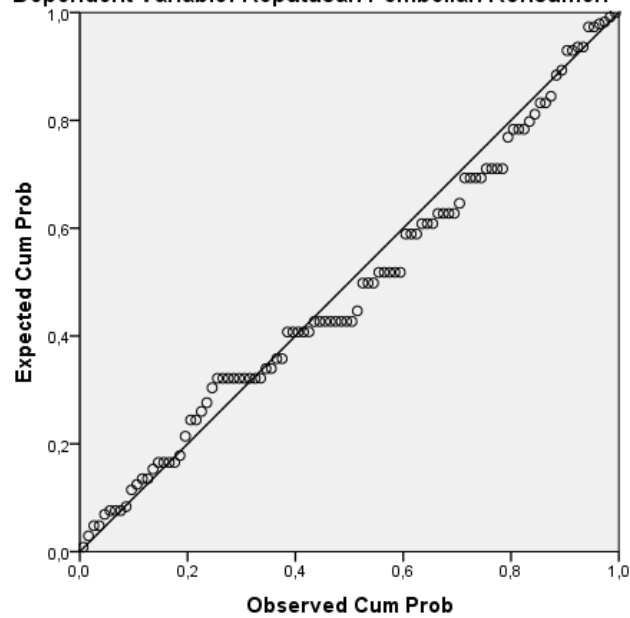
Hasil uji Normalitas Model Histogram



Uji Normalitas Data

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen



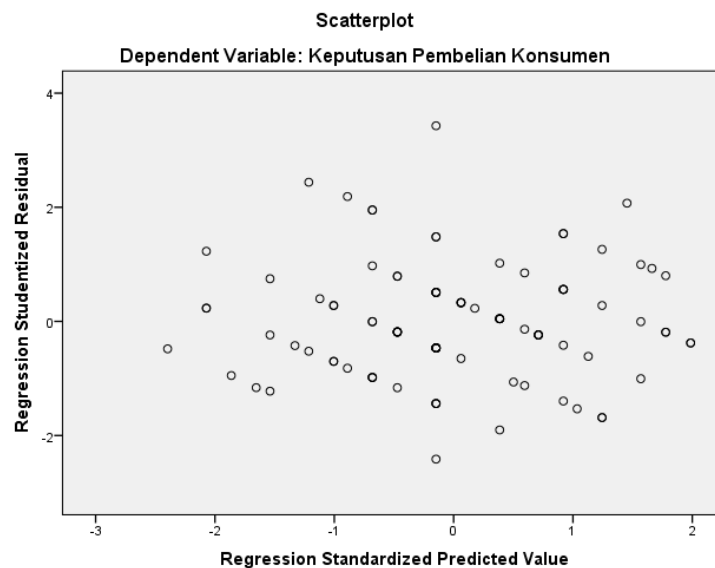
Hasil uji Multiklonorietas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,159	,412		2,813	,006		
Iklan Dengan Unsur Humor	,474	,070	,556	6,779	,000	,873	1,146
Harga	,289	,116	,203	2,478	,015	,873	1,146

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Hasil uji Analisis Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,236	,434		2,847	,005
	Iklan Dengan Unsur Humor	,459	,072	,538	6,341	,000
	Harga	,286	,120	,202	2,385	,019

a. Dependent Variable: Y Keputusan Pembelian Konsumen

Statistik Deskriptif**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	3,40	4,80	4,0760	,31754
X2	100	3,00	4,00	3,5660	,19081
Y	100	3,60	4,80	4,1220	,27102
Valid N (listwise)	100				

Hasil uji Detrminasi (R²)**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.633 ^a	.719	.697	.20657

a. Predictors: (Constant), X2 X1

Hasil Uji T**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,236	,434		2,847	,005

Iklan_deng					
an_unsur_	,459	,072	,538	6,341	,000
humor					
Harga	,286	,120	,202	2,385	,019

a. Dependent Variable: Y

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,725	2	1,362	31,100	,000 ^b
	Residual	4,074	93	,044		
	Total	6,798	95			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

LAMPIRAN 5

BIMBINGAN SKRIPSI

Data Skripsi Mahasiswa

N i m	1121700103 - Unggul Bima Saati
Nama Mahasiswa	Unggul Bima Saati
Info Akademik	Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik - Jurusan Administrasi Niaga Semester : 8

[Utang](#)
[Riwayat](#)
[Jurnal Swast](#)
[Seminar Proposal](#)
[Cyber Tidang](#)

Bimbingan			
No	Dosen	Tajuk	Tanggal Bimbingan
1	0009039#02 - Drs. Sri Andayani, MM	Revisi BAB 1 Skripsi	24 Apr 2021
2	0726066#01 - Dr. IG N. Anom Maruta, M.M.	Revisi BAB 1 Skripsi	22 Apr 2021
3	0726066#01 - Dr. IG N. Anom Maruta, M.M.	ACC BAB 1	27 Apr 2021
4	0726066#01 - Dr. IG N. Anom Maruta, M.M.	Revisi BAB 2	4 Mei 2021
5	0726066#01 - Dr. IG N. Anom Maruta, M.M.	ACC BAB 2	18 Mei 2021
6	0009039#02 - Drs. Sri Andayani, MM	ACC BAB 2	19 Mei 2021
7	0726066#01 - Dr. IG N. Anom Maruta, M.M.	Revisi Pertama BAB 3	20 Mei 2021
8	0726066#01 - Dr. IG N. Anom Maruta, M.M.	Revisi Kedua BAB 3	21 Mei 2021
9	0726066#01 - Dr. IG N. Anom Maruta, M.M.	ACC BAB 3	24 Mei 2021
10	0726066#01 - Dr. IG N. Anom Maruta, M.M.	Revisi Quisisioner	27 Mei 2021
11	0009039#02 - Drs. Sri Andayani, MM	Bimbingan bab 2-4	11 Jun 2021
12	0009039#02 - Drs. Sri Andayani, MM	ACC Quisisioner	11 Jun 2021
13	0726066#01 - Dr. IG N. Anom Maruta, M.M.	Revisi BAB 4	23 Jun 2021
14	0726066#01 - Dr. IG N. Anom Maruta, M.M.	ACC BAB 5	23 Jun 2021
15	0726066#01 - Dr. IG N. Anom Maruta, M.M.	ACC Quisisioner	2 Jun 2021
16	0009039#02 - Drs. Sri Andayani, MM	Bimbingan bab 4 dan 5	27 Jun 2021
17	0009039#02 - Drs. Sri Andayani, MM	ACC bab 4 dan 5	27 Jun 2021
18	0726066#01 - Dr. IG N. Anom Maruta, M.M.	ACC bab 4	27 Jun 2021
19	0009039#02 - Drs. Sri Andayani, MM	ACC bab 1	29 Apr 2021
20	0009039#02 - Drs. Sri Andayani, MM	ACC maju tidang	27 Jun 2021
21	0726066#01 - Dr. IG N. Anom Maruta, M.M.	ACC maju tidang	27 Jun 2021



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi: Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
Gedung: F 101, Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 0315925982,5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

Yang beflanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

Nama dan NBI : Unggul Bima Sakti
(1121700103)

Program Studi : Administrasi Niaga

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	<ul style="list-style-type: none">• Paragraf terlalu masuk• Jangan biasakan pakai tanda titik buat meng urutkan kata kata• Perbaiki sesuai yang saya kasih tanda merah		

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,

DRA. AYUN MADUWINARTI, MP

Surabaya, 12 Juli 2021
Dosen Penguji,

DRA. AYUN MADUWINARTI, MP



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi: Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
Gedung: F 101, Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 0315925982,5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

Yang beffanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

Nama dan NBI : Unggul Bima Sakti
(1121700103)

Program Studi : Administrasi Niaga

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	<ul style="list-style-type: none">• Perbaiki segera mendeley nya• Landasan teori sudah terlalu lama kurang update, coba yang lebih baru lagi		

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,

DRS. AGUNG PUJIANTO, M.M

Surabaya, 12 Juli 2021
Dosen Penguji,

DRS. AGUNG PUJIANTO, M.M

Pengaruh Iklan Dengan Unsur Humor dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Iklan Rokok Djarum 76 Versi Kontes Jin 2012)

ORIGINALITY REPORT

8% SIMILARITY INDEX	8% INTERNET SOURCES	0% PUBLICATIONS	2% STUDENT PAPERS
-------------------------------	-------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	es.scribd.com Internet Source	2%
2	media.neliti.com Internet Source	2%
3	dedekusyanto.blogspot.com Internet Source	2%
4	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes Off
Exclude bibliography Off

Exclude matches Off