

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner

#### KUESIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat, perkenankan saya Nur Rohmatul Izza Jurusan Administrasi Bisnis dari Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya meminta kesediaan waktunya untuk berpartisipasi dalam mengisi dan menjawab seluruh pernyataan yang ada dalam kuesioner *Online* penelitian ini. Penelitian ini digunakan untuk menyusun Skripsi dengan judul “Pengaruh *Tagline* Dan *Brand Ambassador* Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen NEO COFFE” untuk itu diharapkan responden menjawab yang sebenar – benarnya demi membantu peneliti. Atas kesediannya saya ucapkan terimakasih sebanyak banyaknya.

#### I. PROFIL RESPONDEN

1. NAMA :
2. JENIS KELAMIN :  PRIA  WANITA
3. USIA :
4. PENDIDIKAN TERAHIR :  SD  MAHASISWA  
 SMP  LAINNYA  
 SMK
5. PENGHASILAN PERBULA :  <2.000.000  2.000.000 –  
<5.000.000  
 > 5.000.000

#### II. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda (✓) pada salah satu jawaban yang telah disediakan pada pernyataan yang terdapat pada kuesioner. Adapun 4 (empat) pilihan jawaban yang wajib diisi salah satu oleh responden, sebagai berikut :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
<b><i>TAGLINE</i></b>					
<b>Keakraban</b>					
1.	<i>Tagline</i> dari NEO COFFE “cobain kuy” sering didengar oleh masyarakat melalui iklan dimedia sosial maupun elektronik.				
<b>Pembedaan</b>					
2.	<i>Tagline</i> dari NEO COFFE “cobain kuy” memiliki ciri khas tersendiri sehingga berbeda dengan pesaingnya.				
<b><i>Message or value</i></b>					
3.	<i>Tagline</i> dari NEO COFFE “cobain kuy” mengandung pesan persuasif sehingga kosumen penasaran terhadap produk NEO COFFE.				
4.	<i>Tagline</i> NEO COFFE “cobain kuy” mengandung ajakan untuk mencoba produk tersebut.				
<b><i>Kesesuaian dengan produk</i></b>					
5.	<i>Tagline</i> dari NEO COFFE “cobain kuy” sesuai dengan konsep produknya.				
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
<b><i>BRAND AMBASSADOR</i></b>					
<b>Daya tarik</b>					
1.	<i>Brand Ambassador</i> dari NEO COFFE yaitu Lucas Wayv dipercaya mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli				

	produk dari NEO COFFE.				
2.	Lucas Wayv <i>Brand Ambassador</i> dari NEO COFFE memiliki wajah yang menarik.				
<b>Kepercayaan</b>					
3	Kaena Lucas Wayv sebagai Brand Ambassador maka saya percaya bahwa produk NEO COFFE benar-benar nikmat.				
4	Kaena Lucas Wayv sebagai Brand Ambassador maka saya percaya bahwa produk NEO COFFE benar-benar sesuai dengan kaum milenial.				
<b>Keahlian</b>					
5.	Sosok Lucas Wayv sebagai member Boygroup dari Korea yang menggabarkan kaum milenial dianggap mampu menjadi <i>Brand Ambassador</i> NEO COFFE.				
<b>Power</b>					
6.	Dalam iklan NEO COFFE Lucas Wayv memiliki kekuatan untuk menarik perhatian konsumen.				
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
<b>PEMBELIAN IMPULSIF</b>					
<b>Personal</b>					
1.	Saya membeli produk NEO COFFE tanpa mempertimbangkan harga tetapi karena melihat Lucas Wayv				
2	Saya akan membeli produk NEO COFFE				

	yang saya anggap menarik walaupun tidak membutuhkannya.				
<b>Psikologi</b>					
3.	Karena saya mengagumi produk NEO COFFE tersebut maka akan saya membeli tanpa mepertimbangkan harga.				
4.	Saya tidak akan berfikir lama untuk membeli produk NEO COFFE tersebut bila saya menyukainya.				

Lampiran 2 Tabulasi data

**1. Tabulasi Variabel *Tagline***

NO.	Pernyataan Variabel <i>Tagline</i> (X1)					Total Score
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	4	4	5	5	5	23
2	5	5	3	4	4	21
3	5	3	5	5	4	22
4	5	4	4	5	4	22
5	5	5	5	5	5	25
6	3	3	4	5	4	19
7	5	5	5	5	5	25
8	5	3	4	5	5	22
9	5	5	5	5	5	25
10	4	4	5	5	5	23
11	5	4	4	4	4	21
12	5	5	5	5	5	25
13	5	5	5	5	5	25
14	4	4	4	4	5	21
15	5	4	5	5	4	23
16	4	4	5	5	5	23
17	4	4	3	4	4	19
18	5	5	3	4	4	21
19	4	4	4	5	4	21
20	5	5	5	5	5	25
21	5	5	4	5	3	22
22	5	5	5	5	5	25
23	4	5	3	5	5	22
24	5	5	5	4	5	24
25	5	5	5	5	5	25
26	3	5	5	4	5	22
27	5	4	5	4	5	23
28	5	5	5	4	4	23
29	5	5	5	5	5	25

30	5	4	5	4	5	23
31	5	4	5	5	5	24
32	5	5	5	5	4	24
33	4	4	5	4	5	22
34	4	4	5	5	3	21
35	5	5	5	5	5	25
36	4	4	4	4	4	20
37	5	3	4	5	5	22
38	3	4	4	5	5	21
39	5	4	5	5	4	23
40	4	4	4	5	4	21
41	5	4	5	4	5	23
42	5	5	5	5	5	25
43	5	5	4	4	4	22
44	4	5	5	4	5	23
45	4	5	5	3	4	21
46	4	4	4	4	5	21
47	5	5	4	4	4	22
48	4	4	3	4	5	20
49	5	4	5	5	5	24
50	5	3	4	5	2	19
51	4	3	5	5	5	22
52	4	5	4	4	4	21
53	5	5	5	5	4	24
54	5	5	3	5	4	22
55	4	4	4	4	4	20
56	4	4	5	5	4	22
57	5	4	4	5	4	22
58	4	4	4	5	4	21
59	5	4	4	5	5	23
60	4	5	5	5	5	24
61	5	4	3	5	5	22
62	4	4	4	4	4	20
63	4	4	5	5	5	23

64	5	4	4	4	5	22
65	5	4	4	4	4	21
66	5	5	5	5	5	25
67	5	4	4	3	5	21
68	5	5	5	5	5	25
69	4	4	4	4	4	20
70	5	4	3	5	5	22
71	5	5	4	5	3	22
72	4	5	4	4	5	22
73	5	5	5	5	5	25
74	5	5	5	5	5	25
75	5	5	4	4	4	22
76	4	4	4	4	4	20
77	4	4	5	4	4	21
78	5	5	5	5	5	25
79	4	4	4	4	4	20
80	5	3	3	4	3	18
81	5	5	4	4	4	22
82	5	4	5	3	5	22
83	5	5	5	5	5	25
84	4	4	4	4	5	21
85	5	5	4	5	4	23
86	4	5	4	5	5	23
87	5	4	5	4	5	23
88	5	4	4	4	5	22
89	4	5	3	3	5	20
90	5	5	5	5	5	25
91	5	4	4	5	4	22
92	4	4	5	5	4	22
93	5	5	5	5	5	25
94	5	4	4	5	5	23
95	5	4	4	4	3	20
96	5	4	4	4	5	22
97	4	5	4	4	5	22

98	5	5	5	5	5	25
99	4	5	4	4	5	22
100	5	5	5	4	5	24
Total	460	439	439	453	452	2243

## 2. Tabulasi Variabel *Brand Ambassador*

N0.	Pernyataan Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X2)						Total Score
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	5	5	3	4	5	4	26
2	4	5	3	4	5	4	25
3	5	4	5	5	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	3	4	4	4	25
7	5	5	5	5	5	5	30
8	5	4	5	4	5	4	27
9	5	5	5	5	5	5	30
10	5	5	5	5	5	5	30
11	3	5	4	4	4	4	24
12	4	4	4	4	4	4	24
13	5	5	5	5	5	5	30
14	4	3	4	4	4	4	23
15	5	5	5	4	4	3	26
16	5	4	4	4	5	5	27
17	4	4	5	5	5	5	28
18	4	4	4	5	4	4	25
19	5	5	5	4	4	3	26
20	5	5	5	5	5	5	30
21	4	5	3	3	5	5	25
22	4	5	5	5	5	5	29
23	4	4	4	4	4	4	24
24	5	5	5	5	5	5	30
25	5	5	5	5	5	5	30



26	5	4	5	4	4	5	27
27	5	4	4	5	5	5	28
28	4	4	4	4	4	4	24
29	5	5	4	4	4	4	26
30	5	5	5	5	4	3	27
31	5	5	5	5	5	5	30
32	5	5	5	5	5	5	30
33	4	5	4	5	5	4	27
34	4	4	4	4	4	4	24
35	5	5	5	5	5	5	30
36	4	4	5	4	5	4	26
37	5	5	4	5	5	5	29
38	4	4	4	4	4	4	24
39	5	5	4	4	4	4	26
40	5	5	4	5	4	5	28
41	5	4	5	4	5	4	27
42	5	5	5	5	5	5	30
43	5	5	5	5	5	5	30
44	4	4	4	4	4	4	24
45	5	4	4	4	4	4	25
46	4	5	5	5	5	5	29
47	4	5	5	5	5	4	28
48	3	4	3	3	3	4	20
49	5	5	4	5	5	5	29
50	4	5	3	4	5	5	26
51	4	4	5	4	4	4	25
52	4	5	3	4	4	4	24
53	5	5	4	5	4	4	27
54	4	4	3	4	4	4	23
55	5	5	5	4	4	4	27
56	4	4	3	4	4	5	24
57	4	5	3	4	5	4	25
58	5	5	5	5	5	5	30
59	4	5	5	4	5	4	27

60	5	5	4	5	5	4	28
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	4	4	4	4	4	24
63	4	5	4	3	4	4	24
64	5	4	5	4	4	5	27
65	4	5	4	4	5	5	27
66	5	5	5	5	5	5	30
67	5	4	4	3	4	4	24
68	4	4	4	4	5	4	25
69	5	5	5	5	5	5	30
70	5	5	4	5	5	4	28
71	4	4	4	4	5	4	25
72	5	5	4	5	5	5	29
73	5	5	5	5	5	5	30
74	5	5	5	5	5	5	30
75	4	5	4	4	4	4	25
76	4	4	4	4	4	4	24
77	4	5	4	5	4	4	26
78	5	5	5	5	5	5	30
79	4	4	4	4	3	2	21
80	5	4	3	3	4	5	24
81	5	4	4	4	4	4	25
82	5	5	5	5	5	5	30
83	5	5	5	5	4	3	27
84	5	4	4	4	5	4	26
85	5	4	4	4	5	4	26
86	5	5	3	5	4	5	27
87	5	4	4	5	4	4	26
88	4	4	5	4	4	4	25
89	4	5	4	4	5	5	27
90	5	5	5	5	5	5	30
91	5	5	4	4	4	5	27
92	4	5	5	5	4	5	28
93	5	5	5	5	5	5	30

94	5	5	4	4	4	4	26
95	3	4	4	4	4	3	22
96	4	4	4	4	4	4	24
97	4	4	5	4	5	4	26
98	5	5	5	5	5	5	30
99	4	5	5	4	5	4	27
100	5	5	5	5	5	5	30
Total	454	460	433	440	451	437	2675

### 3. Tabulasi Variabel Minat Pembelian Impulsif

N0.	Pernyataan Variabel Pembelian Impulsif (Y)				Total Score
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
1	3	3	5	3	14
2	3	4	3	5	15
3	5	4	4	4	17
4	4	4	4	4	16
5	5	5	5	5	20
6	5	5	5	5	20
7	5	5	5	5	20
8	5	4	4	5	18
9	5	5	5	5	20
10	5	5	5	5	20
11	4	4	4	4	16
12	4	4	4	3	15
13	5	5	5	5	20
14	4	4	4	5	17
15	5	4	5	5	19
16	4	5	5	5	19
17	5	5	3	4	17
18	3	3	3	3	12
19	4	4	4	3	15
20	4	4	4	4	16
21	3	3	3	4	13

22	2	4	3	5	14
23	4	4	5	5	18
24	3	3	5	4	15
25	5	4	4	4	17
26	3	4	5	5	17
27	4	5	5	4	18
28	3	4	4	4	15
29	3	4	3	5	15
30	3	4	4	4	15
31	5	5	4	4	18
32	5	5	5	5	20
33	5	3	4	5	17
34	4	3	4	4	15
35	4	5	4	5	18
36	5	5	3	5	18
37	4	3	4	5	16
38	4	4	4	4	16
39	3	3	3	4	13
40	5	5	5	5	20
41	5	4	4	5	18
42	5	4	4	3	16
43	4	4	5	5	18
44	5	4	4	4	17
45	3	4	3	4	14
46	4	5	5	4	18
47	4	3	4	3	14
48	2	2	4	4	12
49	5	5	4	5	19
50	2	2	2	2	8
51	3	3	3	4	13
52	3	4	4	4	15
53	4	4	4	5	17
54	4	3	4	5	16
55	4	4	4	4	16
56	3	4	4	4	15
57	3	3	4	5	15

58	4	4	5	5	18
59	4	4	4	4	16
60	3	4	5	5	17
61	3	4	4	4	15
62	4	4	4	4	16
63	5	5	4	5	19
64	3	4	5	5	17
65	4	3	4	4	15
66	5	5	5	5	20
67	5	5	4	5	19
68	4	4	4	4	16
69	5	5	5	5	20
70	4	4	5	5	18
71	4	5	4	4	17
72	4	2	2	2	10
73	5	5	5	5	20
74	5	5	5	5	20
75	4	4	4	4	16
76	5	5	5	5	20
77	5	5	4	4	18
78	5	5	5	5	20
79	5	3	5	5	18
80	5	5	5	4	19
81	4	4	4	4	16
82	5	5	5	5	20
83	5	4	5	5	19
84	4	4	4	4	16
85	4	5	4	4	17
86	4	5	5	4	18
87	5	5	5	5	20
88	4	4	4	5	17
89	5	4	5	4	18
90	5	5	5	5	20
91	4	4	4	4	16
92	4	5	5	4	18
93	5	5	5	5	20

94	5	4	4	4	17
95	5	5	4	3	17
96	5	4	4	4	17
97	4	5	5	4	18
98	5	4	4	4	17
99	3	3	2	5	13
100	5	5	5	5	20
Total	417	466	423	437	1743

## Lampiran 3 Uji validitas dan reabilitas

## Uji validitas

## Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X1
X1	Pearson Correlation	1	,368*	,408*	,265	,093	,648**
	.1 Sig. (2-tailed)		,045	,025	,157	,626	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1	Pearson Correlation	,368*	1	,026	,405*	,303	,632**
	.2 Sig. (2-tailed)	,045		,891	,026	,103	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1	Pearson Correlation	,408*	,026	1	,273	,402*	,638**
	.3 Sig. (2-tailed)	,025	,891		,144	,027	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1	Pearson Correlation	,265	,405*	,273	1	,523**	,718**
	.4 Sig. (2-tailed)	,157	,026	,144		,003	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1	Pearson Correlation	,093	,303	,402*	,523**	1	,698**
	.5 Sig. (2-tailed)	,626	,103	,027	,003		,000
	N	30	30	30	30	30	30
Total_X1	Pearson Correlation	,648**	,632**	,638**	,718**	,698**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

## Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total_ X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,300	,521**	,608**	,523**	,484**	,737**
	Sig. (2-tailed)		,107	,003	,000	,003	,007	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	,300	1	,425*	,420*	,415*	,579**	,660**
	Sig. (2-tailed)	,107		,019	,021	,023	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	,521**	,425*	1	,819**	,625**	,379*	,856**
	Sig. (2-tailed)	,003	,019		,000	,000	,039	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	,608**	,420*	,819**	1	,707**	,419*	,881**
	Sig. (2-tailed)	,000	,021	,000		,000	,021	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	,523**	,415*	,625**	,707**	1	,405*	,798**
	Sig. (2-tailed)	,003	,023	,000	,000		,026	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	,484**	,579**	,379*	,419*	,405*	1	,665**
	Sig. (2-tailed)	,007	,001	,039	,021	,026		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total_ X2	Pearson Correlation	,737**	,660**	,856**	,881**	,798**	,665**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30



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

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

### Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,702**	,478**	,221	,824**
	Sig. (2-tailed)		,000	,008	,240	,000
	N	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	,702**	1	,525**	,235	,843**
	Sig. (2-tailed)	,000		,003	,211	,000
	N	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	,478**	,525**	1	,410*	,780**
	Sig. (2-tailed)	,008	,003		,024	,000
	N	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	,221	,235	,410*	1	,570**
	Sig. (2-tailed)	,240	,211	,024		,001
	N	30	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	,824**	,843**	,780**	,570**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	
	N	30	30	30	30	30

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

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

### Uji Reabilitas

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,684	5

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	13,4667	3,292	,403	,649
X1.2	13,5667	3,357	,387	,655
X1.3	13,6000	3,352	,399	,650
X1.4	13,4333	3,289	,548	,593
X1.5	13,6667	3,126	,470	,619

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,857	6

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	16,6667	6,920	,618	,838
X2.2	16,7333	7,237	,520	,854
X2.3	16,9667	5,413	,733	,824
X2.4	16,8000	6,234	,815	,801
X2.5	16,7667	6,737	,704	,823
X2.6	16,7333	7,582	,558	,849

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

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

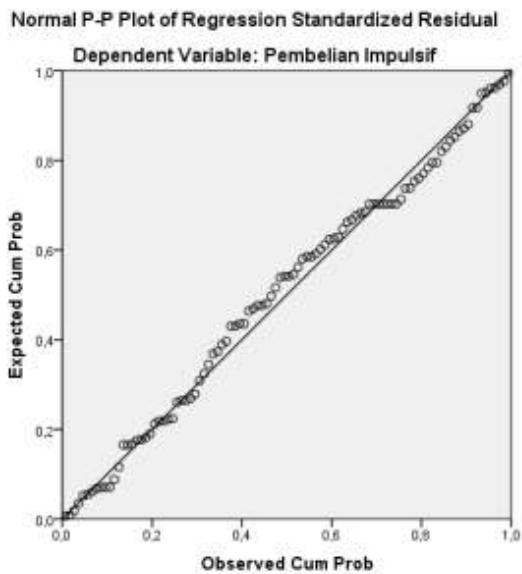
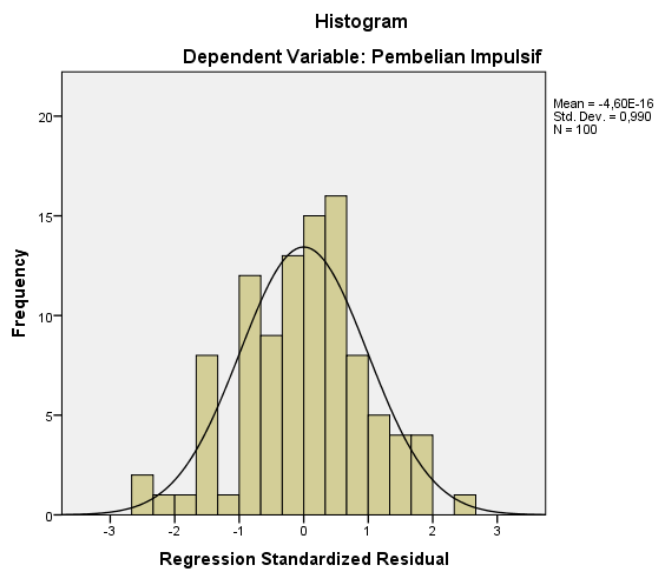
**Reliability Statistics**

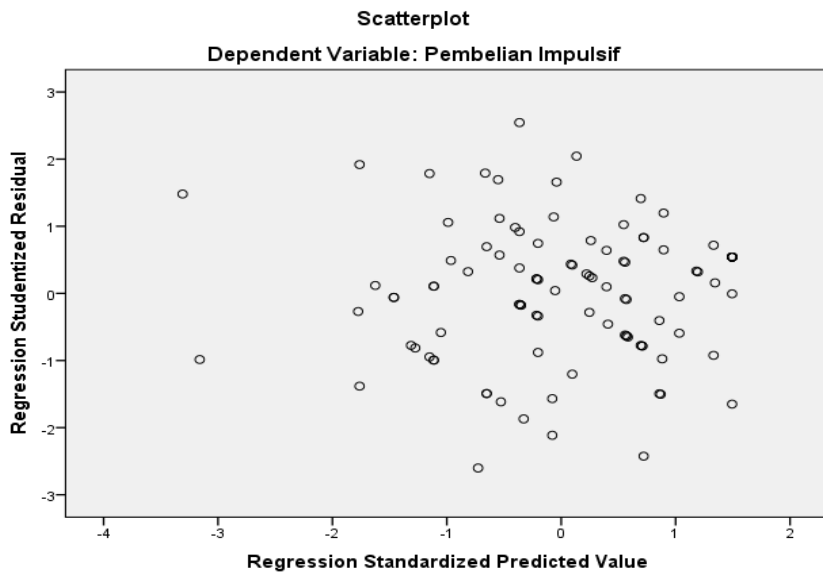
Cronbach's Alpha	N of Items
,756	4

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
--	-------------------------------	--------------------------------------	--	--

Y.1	9,4000	3,972	,632	,652
Y.2	9,4333	3,840	,664	,631
Y.3	9,0000	4,621	,609	,672
Y.4	8,8667	5,637	,332	,800

*Lampiran 4 Asumsi Klasik*



*Lampiran 5 Analisis Regresi Berganda*

**Notes**

Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION
		/MISSING LISTWISE
		/STATISTICS COEFF OUTS R
		ANOVA COLLIN TOL
		/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
		/NOORIGIN
		/DEPENDENT y
		/METHOD=ENTER x1 x2
		/SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)
		/RESIDUALS DURBIN
Resources		HISTOGRAM(ZRESID)
		NORMPROB(ZRESID)
		/SAVE RESID.
	Processor Time	00:00:04,19
Elapsed Time	00:00:07,75	
Memory Required	1644 bytes	

Additional Memory Required for Residual Plots	904 bytes
Variables Created or Modified	RES_1 Unstandardized Residual

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

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Brand Ambassador, Tagline <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

b. All requested variables entered.

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin- Watson
1	,736 <sup>a</sup>	,541	,532	1,85691	2,008

a. Predictors: (Constant), Brand Ambassador, Tagline

b. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	394,444	2	197,222	57,197	,000 <sup>b</sup>
	Residual	334,466	97	3,448		
	Total	728,910	99			

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

b. Predictors: (Constant), Brand Ambassador, Tagline



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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,953	1,373		1,422	,158		
Tagline	,324	,083	,353	3,896	,000	,578	1,731
Brand Ambassador	,299	,059	,456	5,039	,000	,578	1,731

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Tagline	Brand Ambassador
1	1	2,979	1,000	,00	,00	,00
1	2	,014	14,579	,73	,01	,50
1	3	,007	20,060	,27	,99	,50

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	9,4236	19,0118	16,0300	1,99607	100
Std. Predicted Value	-3,310	1,494	,000	1,000	100
Standard Error of Predicted Value	,188	,950	,302	,110	100
Adjusted Predicted Value	9,0683	19,1135	16,0356	1,99316	100
Residual	-4,57956	4,69896	,00000	1,83805	100
Std. Residual	-2,466	2,531	,000	,990	100
Stud. Residual	-2,601	2,545	-,001	1,008	100
Deleted Residual	-5,09420	4,75289	-,00560	1,90710	100
Stud. Deleted Residual	-2,683	2,621	-,002	1,019	100
Mahal. Distance	,021	24,903	1,980	2,980	100
Cook's Distance	,000	,253	,013	,030	100
Centered Leverage Value	,000	,252	,020	,030	100

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

*Lampiran 6 Perintah Revisi*



**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. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

**PERINTAH REVISI**

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

Nama dan NBI : NUR ROHMATUL IZZA 1121700033

Program Studi : Administrasi Niaga

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	Sesuai instruksi penguji		

Setuju telah direvisi,  
Dosen Penguji,

Dr. Ayun Marduwiniarti, MP

Surabaya, 16 Juli 2021  
Dosen Penguji,

Dr. Ayun Marduwiniarti, 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. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fsip@untag-sby.ac.id

**PERINTAH REVISI**

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

Nama dan NBI : NUR ROHMATUL IZZA

Program Studi : Administrasi Niaga

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	tujuan dan uji		

Setuju telah direvisi,  
Dosen Penguji,

  
DRS. UTE CHAIRUS M. NASUTION, MS

Surabaya, 9 Juli 2021  
Dosen Penguji,

  
DRS. UTE CHAIRUS M. NASUTION, MS



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. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

**PERINTAH REVISI**

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

Nama dan NBI : NUR ROHMATUL IZZA

Program Studi : Administrasi Niaga

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	1. Abstrak nya disesuaikan penulisannya 2. tambahkan implementasi kegiatan yang konkrit di pembahasan dan kesimpulan sarannya		


Setuju telah direvisi,  
Dosen Penguji,


DR. RACHMAWATI NOVARIA, MM

Surabaya, 9 Juli 2021  
Dosen Penguji,

DR. RACHMAWATI NOVARIA, MM

## Lampiran 7 Kartu Bimbingan

 Edit


**Data Mahasiswa**

N I M	1121700033 - Nur Rohmatul Izza
Nama Mahasiswa	Nur Rohmatul Izza
Info Akademik:	Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik - Jurusan Administrasi Niaga Semester : 8

Bimbingan
Jurnal Ilmiah
Seminar Proposal
Syarat Sidang

Bimbingan			
No	Dosen	Topik	Tanggal Bimbingan
1	0701016301 - Dr. Ayun Maduwinarti, M.P.	Revisi proposal	16 Apr 2021
2	0701016301 - Dr. Ayun Maduwinarti, M.P.	Proposal acc	17 Apr 2021
3	0728046901 - Dra. Awin Mulyati, M.M.	Bab 1	24 Apr 2021
4	0728046901 - Dra. Awin Mulyati, M.M.	Revisi bab 1	26 Apr 2021
5	0728046901 - Dra. Awin Mulyati, M.M.	Bab 1 revisi	11 Mei 2021
6	0728046901 - Dra. Awin Mulyati, M.M.	Bab 1 acc	20 Mei 2021
7	0728046901 - Dra. Awin Mulyati, M.M.	Bab 2	20 Mei 2021
8	0701016301 - Dr. Ayun Maduwinarti, M.P.	Bab 1	20 Mei 2021
9	0728046901 - Dra. Awin Mulyati, M.M.	Bab 2 revisi	26 Mei 2021
10	0728046901 - Dra. Awin Mulyati, M.M.	bab 2 acc	29 Mei 2021
11	0728046901 - Dra. Awin Mulyati, M.M.	bab 3	10 Jun 2021
12	0701016301 - Dr. Ayun Maduwinarti, M.P.	bab 2 acc	7 Jun 2021
13	0728046901 - Dra. Awin Mulyati, M.M.	kuesioner revisi	15 Jun 2021
14	0728046901 - Dra. Awin Mulyati, M.M.	kuesioner acc	17 Jun 2021
15	0701016301 - Dr. Ayun Maduwinarti, M.P.	bab 3	15 Jun 2021
16	0701016301 - Dr. Ayun Maduwinarti, M.P.	bab 3 kuesioner	20 Jun 2021
17	0701016301 - Dr. Ayun Maduwinarti, M.P.	bab 3 kuesioner acc	26 Jun 2021
18	0728046901 - Dra. Awin Mulyati, M.M.	Bab 4-5	30 Jun 2021
19	0728046901 - Dra. Awin Mulyati, M.M.	Bab 4-5 revisi	1 Jul 2021
20	0728046901 - Dra. Awin Mulyati, M.M.	Bab 4-5 acc	3 Jul 2021
21	0701016301 - Dr. Ayun Maduwinarti, M.P.	Bab 4-5	3 Jul 2021
22	0701016301 - Dr. Ayun Maduwinarti, M.P.	Bab 4-5 revisi	5 Jul 2021
23	0701016301 - Dr. Ayun Maduwinarti, M.P.	Acc sidang skripsi	6 Jul 2021

## Lampiran 8 Turnitin

PENGARUH TAGLINE DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP PEMBELIAN IMPLUSIF KONSUMEN NEO COFFEE

## ORIGINALITY REPORT

<b>19%</b> SIMILARITY INDEX	<b>17%</b> INTERNET SOURCES	<b>10%</b> PUBLICATIONS	<b>12%</b> STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	------------------------------

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>tugaspening-gakpenting.blogspot.com</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>2</b>	<b>fr.scribd.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>repository.ekuitas.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>repository.stie-mce.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>jpi.faterna.unand.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>prosiding.stie-aas.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>tixpdf.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>jurnal.staialhidayahbogor.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>9</b>	<b>NI WAYAN YULIANI, I KOMANG GDE SUKARSA, I GUSTI AYU MADE SRINADI. "</b>	<b>1%</b>

PERBANDINGAN REGRESI KOMPONEN UTAMA DAN ROBPCA DALAM MENGATASI MULTIKOLINEARITAS DAN PENCILAN PADA REGRESI LINEAR BERGANDA", 'Universitas Udayana', 2017

Internet Source

<b>10</b>	<b>erepository.stein.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>11</b>	<b>Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>12</b>	<b>repository.stieykpn.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>13</b>	<b>www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>

14	<a href="http://www.wartaekonomi.co.id">www.wartaekonomi.co.id</a> Internet Source	1 %
15	Submitted to University of Hertfordshire Student Paper	1 %
16	<a href="http://eqanienk.staff.gunadarma.ac.id">eqanienk.staff.gunadarma.ac.id</a> Internet Source	1 %
17	Submitted to Universitas Merdeka Malang Student Paper	1 %
18	<a href="http://ar.mian.fisip-unmul.ac.id">ar.mian.fisip-unmul.ac.id</a> Internet Source	1 %

19	<a href="http://journal.feb.unmul.ac.id">journal.feb.unmul.ac.id</a> Internet Source	1 %
20	Dwi Iswahyuni. "EMBRACING SOCIAL MEDIA TO IMPROVE EFL LEARNERS' ENGLISH SKILL", PROJECT (Professional Journal of English Education), 2021 Publication	1 %
21	<a href="http://nadeleeaghna.wordpress.com">nadeleeaghna.wordpress.com</a> Internet Source	1 %
22	Submitted to LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part II Student Paper	1 %
23	<a href="http://www.universitaspsikologi.com">www.universitaspsikologi.com</a> Internet Source	1 %
24	<a href="http://st293545.sitekno.com">st293545.sitekno.com</a> Internet Source	1 %

Exclude quotes  Off  
Exclude bibliography  Off

Exclude matches  < 1%