

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner Responden

Apakah teman – teman fans JKT48 pernah membeli produk erigo apparel / erigo x JKT48? Jika Ya mohon lanjutkan ke pertanyaan selanjutnya.

- a. Ya
- b. Tidak

### Profil Responden

1. Nama Lengkap:
2. Jenis Kelamin:
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
3. Usia
  - a. Dibawah 17 tahun
  - b. 17 – 24 tahun
  - c. 25 – 30 tahun
  - d. 31 – 35 tahun
  - e. 36 tahun ke atas
4. Pekerjaan
  - a. Wiraswasta / Wirausaha
  - b. Pegawai Swasta
  - c. Pegawai Negeri
  - d. Pelajar / Mahasiswa
  - e. Lainnya..
5. Berapa besar rata-rata pengeluaran belanja produk erigo apparel perbulan?
  - a. < Rp. 100.000
  - b. Rp. 100.000 – Rp. 250.000
  - c. Rp. 250.000 – Rp. 500.000
  - d. Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
  - e. > Rp. 1.000.000

### Karakteristik

1. Apakah kamu memfollow akun Instagram @jkt48?

- a. Ya
  - b. Tidak
2. Apakah kamu memfollow akun Instagram @erigostore?
    - a. Ya
    - b. Tidak
  3. Apakah kamu memiliki produk erigo apparel?
    - a. Ya
    - b. Tidak

### **JKT48 sebagai Brand Ambassador Erigo Apparel**

Petunjuk pengisian:

Jawaban yang tersedia untuk pernyataan dibawah ini, berupa skala 1-5 yang mempunyai arti:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

- Kepopuleran (*visibility*)
  - JKT48 sebagai brand ambassador erigo apparel karena kepopulerannya saat ini hingga produk yang dijual semakin meningkat.
  - Kepopulerannya JKT48 sebagai brand ambassador erigo apparel bisa mnarik perhatian fans JKT48 atau konsumen lain.
- Kredibilitas (*credibility*)
  - JKT48 sangat sering menjadi brand ambassador suatu produk sehingga saya percaya membeli produk erigo apparel.
  - Adanya JKT48 sebagai brand ambassador penjualan erigo apparel menjadi sangat meningkat.
  - Adanya kepopuleran JKT48 sebagai brand ambassador erigo apparel sebagai alasan kamu memfollow akun sosial media @erigostore.
- Daya Tarik (*attraction*)
  - Adanya JKT48 sebagai brand ambassador dapat menarik banyak fans JKT48 untuk membeli produk erigo apparel.

- JKT48 sebagai brand ambassador daya tarik dalam penjualan produk erigo apparel.
- Kekuatan (*power*)
  - JKT48 sebagai brand ambassador mampu menarik banyak fans untuk menggunakan produk yang digunakan sehingga saya ikut tertarik untuk membeli produk erigo apparel.
  - JKT48 sebagai brand ambassador dapat merayu fans JKT48 dalam mempertimbangkan membeli produk erigo apparel.

### **Minat Beli Produk Erigo Apparel**

Petunjuk pengisian:

Jawaban yang tersedia untuk pernyataan dibawah ini, berupa skala 1-5 yang mempunyai arti:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

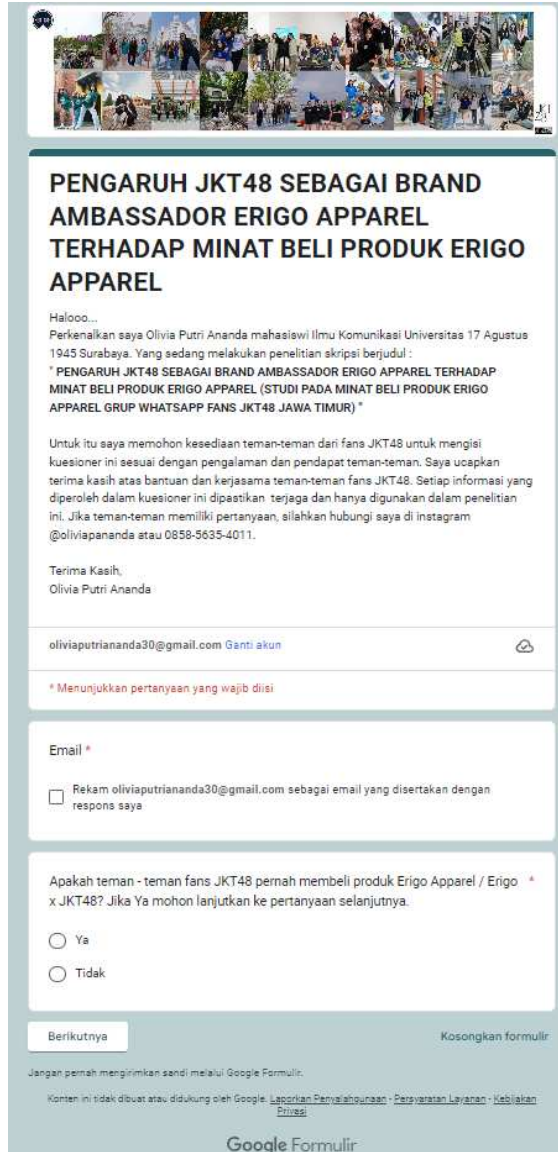
4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

- Perhatian (*attention*)
  - Saya membeli produk erigo apparel karena melihat iklan yang dibintangi oleh JKT48 di media sosial @erigostore.
  - Saya membeli produk erigo apparel karena terdapat promo / diskon yang diberikan saat JKT48 live.
- Keterarikan (*interest*)
  - Selain melihat produk yang dipromosikan oleh JKT48 saya tertarik untuk membeli produk erigo apparel (t-shirt, hoodie, jacket denim, dan lain-lain).
  - Saya tertarik membeliproduk erigo apparel karena menciptakan desain *limited edition* pada masing-masing member JKT48.
- Hasrat (*desire*)
  - Saya membeli produk erigo apparel sesuai apa yang dipromosikan oleh JKT48 karena kualitas produk yang bagus dan keren.
  - Setelah adanya JKT48 sebagai brand ambassador harga yang dibanderol sangat terjangkau termasuk include photopack JKT48.
- Keputusan (*decision*)

- Saya membeli produk erigo apparel karena produk yang ditawarkan mendapatkan photopack member JKT48.
- Saya membeli karena erigo apparel menciptakan desain pada masing-masing member JKT48.
- Tindakan (*action*)
  - Setelah adanya JKT48 sebagai brand ambassador menjadikan saya lebih sering ingin membeli produk erigo apparel (keinginan membeli lebih besar dengan adanya JKT48 sebagai brand ambassador).
  - Adanya JKT48 sebagai brand ambassador erigo apparel membuat saya membeli produknya karena pengaruh dari sesama fans JKT48.

## Lampiran 2. Tampilan Google Form Kuesioner



**PENGARUH JKT48 SEBAGAI BRAND AMBASSADOR ERIGO APPAREL TERHADAP MINAT BELI PRODUK ERIGO APPAREL**

Halooo...

Perkenalkan saya Olivia Putri Ananda mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Yang sedang melakukan penelitian skripsi berjudul :  
**\* PENGARUH JKT48 SEBAGAI BRAND AMBASSADOR ERIGO APPAREL TERHADAP MINAT BELI PRODUK ERIGO APPAREL (STUDI PADA MINAT BELI PRODUK ERIGO APPAREL GRUP WHATSAPP FANS JKT48 JAWA TIMUR) \***

Untuk itu saya memohon kesediaan teman-teman dari fans JKT48 untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan pengalaman dan pendapat teman-teman. Saya ucapkan terima kasih atas bantuan dan kerjasama teman-teman fans JKT48. Setiap informasi yang diperoleh dalam kuesioner ini dipastikan terjaga dan hanya digunakan dalam penelitian ini. Jika teman-teman memiliki pertanyaan, silahkan hubungi saya di Instagram @olviapananda atau 0858-5635-4011.

Terima Kasih,  
 Olivia Putri Ananda

olviaputriananda30@gmail.com [Ganti akun](#)

\* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

Email \*

Rekam olviaputriananda30@gmail.com sebagai email yang disertakan dengan respons saya

Apakah teman - teman fans JKT48 pernah membeli produk Erigo Apparel / Erigo x JKT48? Jika Ya mohon lanjutkan ke pertanyaan selanjutnya. \*

Ya

Tidak

Berikutnya Kosongkan formulir

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporan Penyalahgunaan](#) - [Pernyataan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

### Lampiran 3. Hasil Profil Responden

		Statistics			
		Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pengeluaran
N	Valid	100	99	100	100
	Missing	0	1	0	0
Mean		1.43	2.02	3.30	2.37
Minimum		1	1	1	1
Maximum		2	5	5	5

		Jenis Kelamin			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Laki-Laki	57	57.0	57.0	57.0
	Perempuan	43	43.0	43.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

		Usia			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Dibawah 17 Tahun	13	13.0	13.1	13.1
	17 - 24 Tahun	73	73.0	73.7	86.9
	25 - 30 Tahun	12	12.0	12.1	99.0
	36 Tahun ke atas	1	1.0	1.0	100.0
	Total	99	99.0	100.0	
Missing	System	1	1.0		
Total		100	100.0		

**Pekerjaan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Wiraswasta / Wirausaha	8	8.0	8.0	8.0
	Pegawai Swasta	26	26.0	26.0	34.0
	Pegawai Negeri	1	1.0	1.0	35.0
	Pelajar / Mahasiswa	58	58.0	58.0	93.0
	Lainnya	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pengeluaran**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp. 100.000	13	13.0	13.0	13.0
	Rp. 100.000 - Rp. 250.000	49	49.0	49.0	62.0
	Rp. 250.000 - Rp. 500.000	29	29.0	29.0	91.0
	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	6	6.0	6.0	97.0
	> Rp. 1.000.000	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

#### Lampiran 4. Karakteristik Responden

		Statistics		
		Memfollow @jkt48	Memfollow @erigostore	Memiliki produk Erigo
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		1.05	1.18	1.10
Minimum		1	1	1
Maximum		2	2	2

		Memfollow @jkt48			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	95	95.0	95.0	95.0
	Tidak	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Memfollow @erigostore			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	82	82.0	82.0	82.0
	Tidak	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



**Memiliki produk Erigo**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	90	90.0	90.0	90.0
	Tidak	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Lampiran 5. Variabel Brand Ambassador (X) dan Minat Beli (Y)

#### X 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	4	4.0	4.0	5.0
	S	36	36.0	36.0	41.0
	SS	59	59.0	59.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

#### X 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	2	2.0	2.0	2.0
	S	43	43.0	43.0	45.0
	SS	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

#### X 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	N	21	21.0	21.0	22.0
	S	37	37.0	37.0	59.0
	SS	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X 4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	N	6	6.0	6.0	7.0
	S	33	33.0	33.0	40.0
	SS	60	60.0	60.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X 5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	6.0	6.0	6.0
	TS	6	6.0	6.0	12.0
	N	20	20.0	20.0	32.0
	S	27	27.0	27.0	59.0
	SS	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X 6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	7	7.0	7.0	7.0
	S	41	41.0	41.0	48.0
	SS	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X 7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	9	9.0	9.0	9.0
	S	41	41.0	41.0	50.0
	SS	50	50.0	50.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X 8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	N	12	12.0	12.0	13.0
	S	42	42.0	42.0	55.0
	SS	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X 9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	11	11.0	11.0	12.0
	S	38	38.0	38.0	50.0
	SS	50	50.0	50.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y 1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	5	5.0	5.0	8.0
	N	17	17.0	17.0	25.0
	S	33	33.0	33.0	58.0
	SS	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y 2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	4	4.0	4.0	7.0
	N	21	21.0	21.0	28.0
	S	35	35.0	35.0	63.0
	SS	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y 3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	3	3.0	3.0	6.0
	N	16	16.0	16.0	22.0
	S	41	41.0	41.0	63.0
	SS	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y 4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	5	5.0	5.0	7.0
	N	9	9.0	9.0	16.0
	S	36	36.0	36.0	52.0
	SS	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y 5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	2	2.0	2.0	3.0
	N	26	26.0	26.0	29.0
	S	39	39.0	39.0	68.0
	SS	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y 6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	4	4.0	4.0	5.0
	N	22	22.0	22.0	27.0
	S	44	44.0	44.0	71.0
	SS	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y 7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.0	4.0	4.0
	TS	5	5.0	5.0	9.0
	N	18	18.0	18.0	27.0
	S	33	33.0	33.0	60.0
	SS	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y 8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	3	3.0	3.0	4.0
	N	12	12.0	12.0	16.0
	S	36	36.0	36.0	52.0
	SS	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y 9**

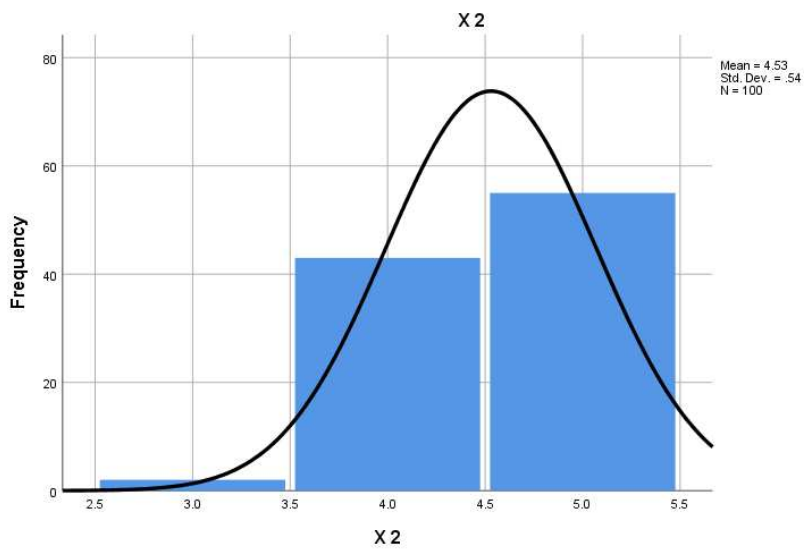
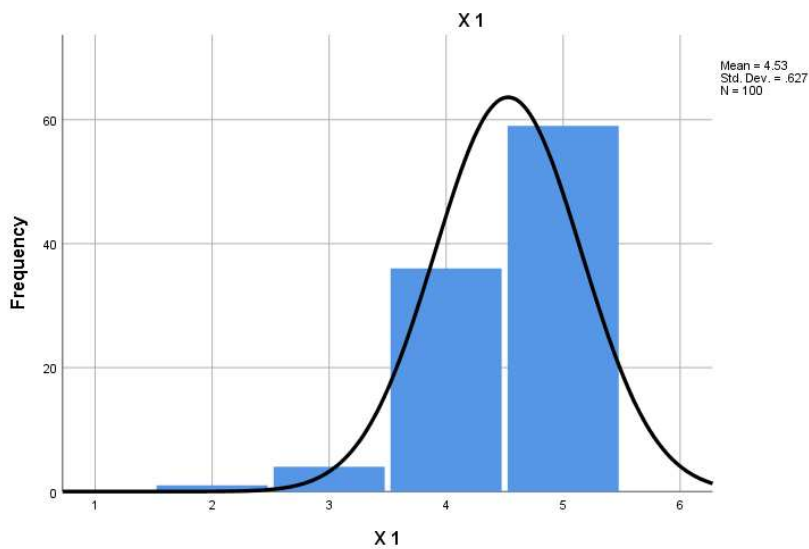
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	10	10.0	10.0	13.0
	N	18	18.0	18.0	31.0
	S	33	33.0	33.0	64.0
	SS	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

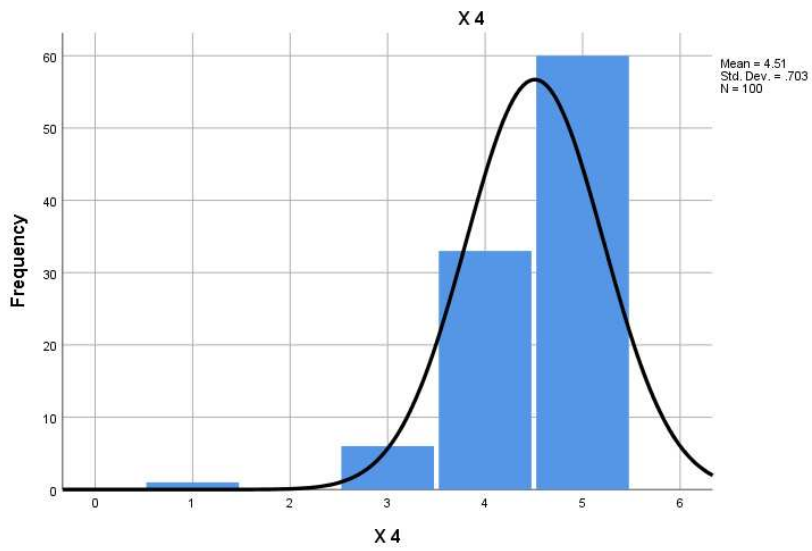
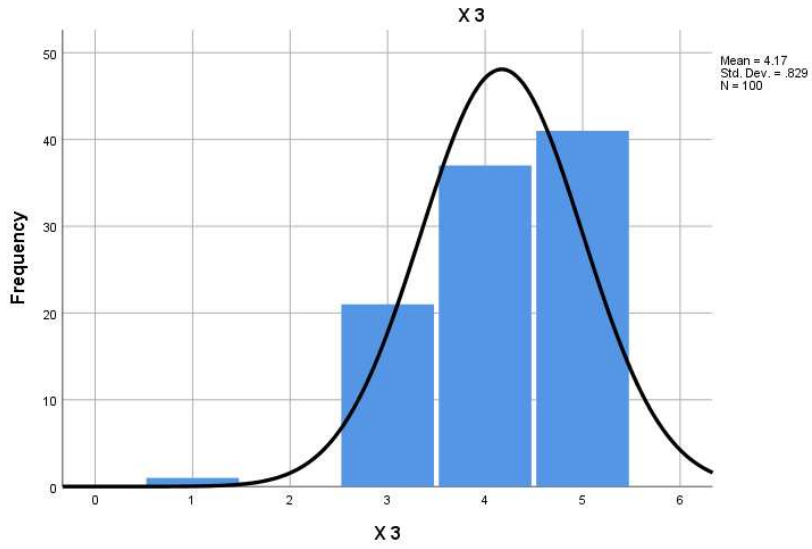
**Y 10**

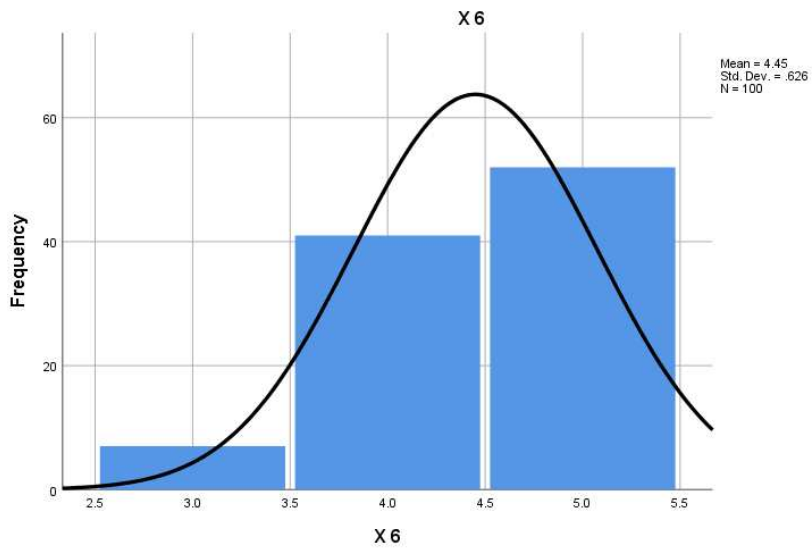
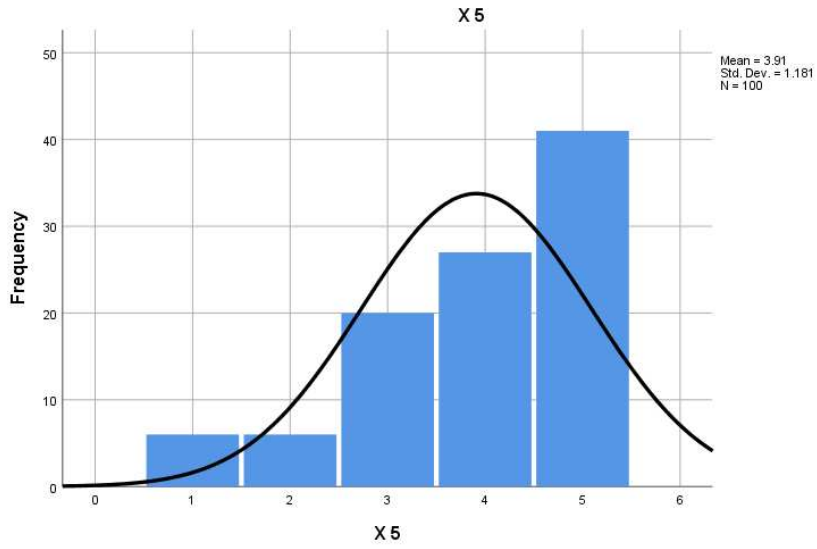
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.0	4.0	4.0
	TS	5	5.0	5.0	9.0
	N	22	22.0	22.0	31.0
	S	31	31.0	31.0	62.0
	SS	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

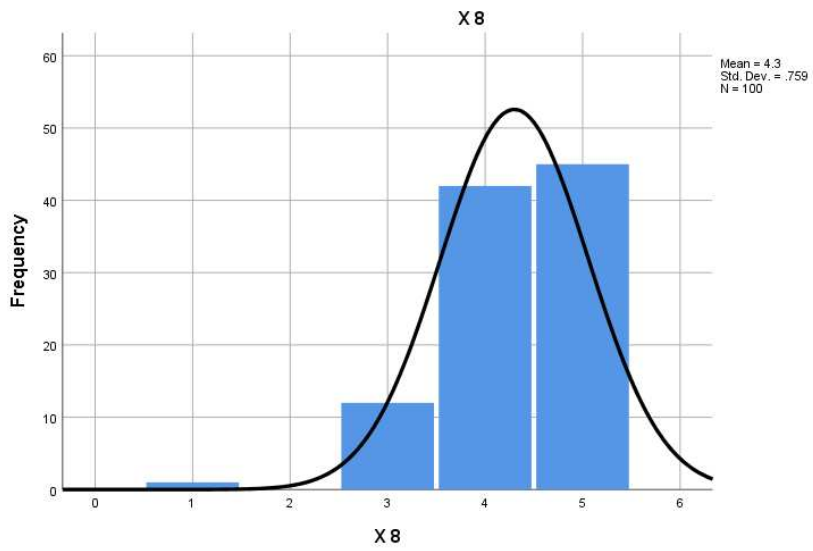
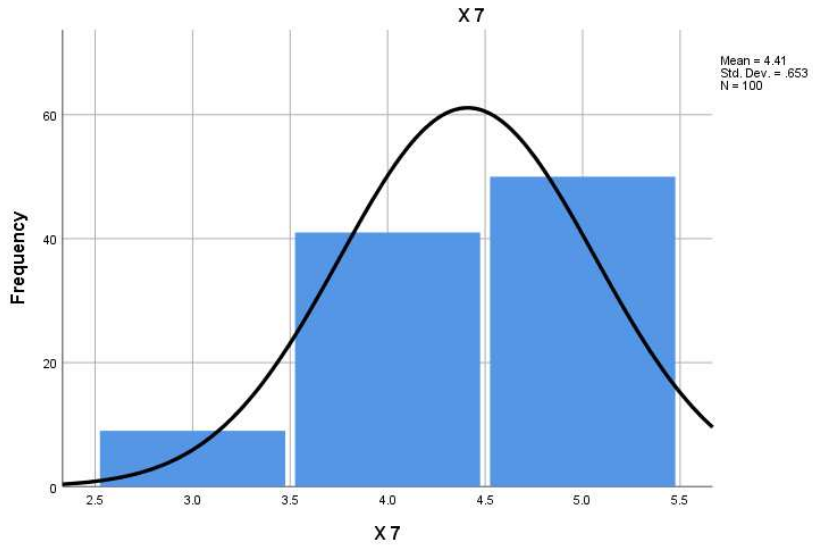


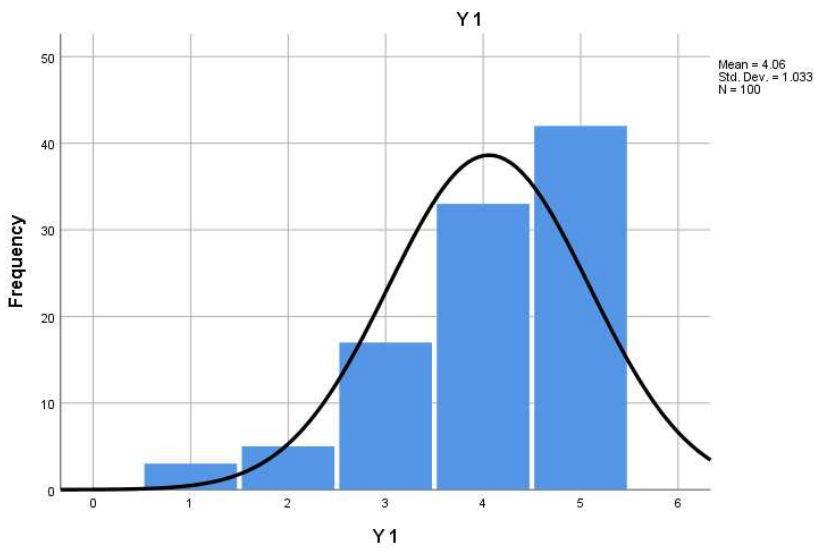
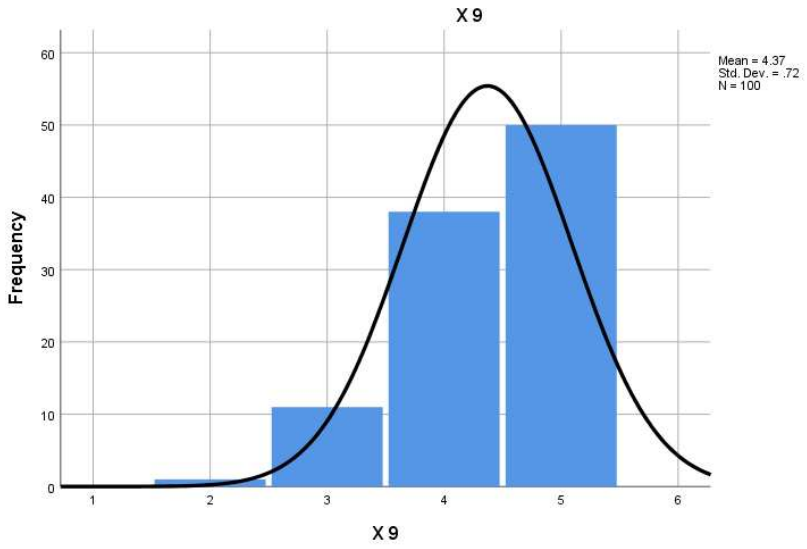
### Lampiran 6. Histogram Brand Ambassador (X) dan Minat Beli (Y)

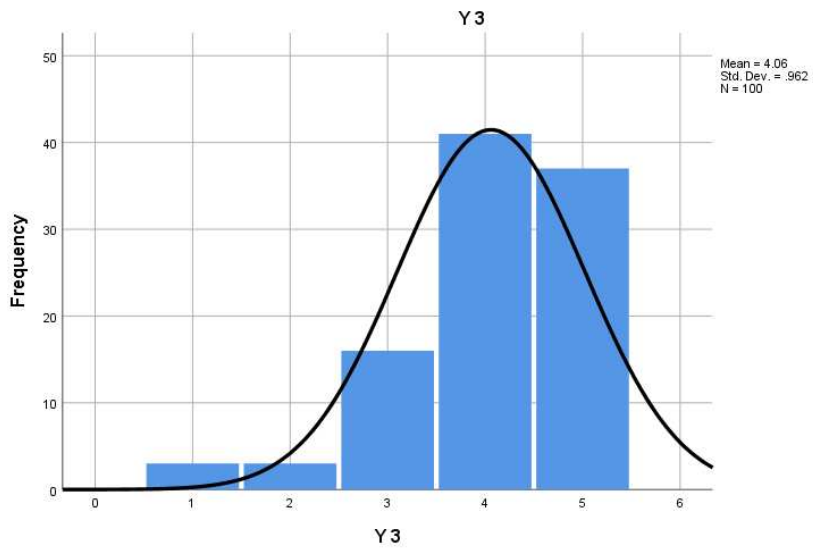
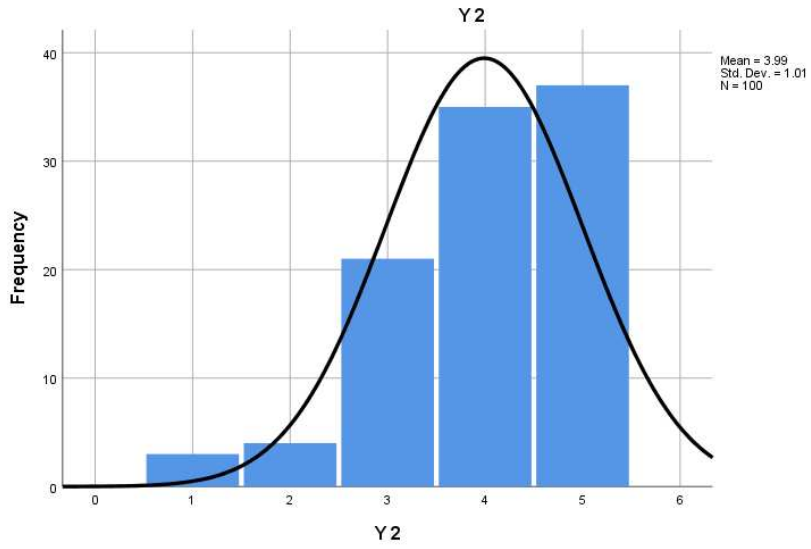


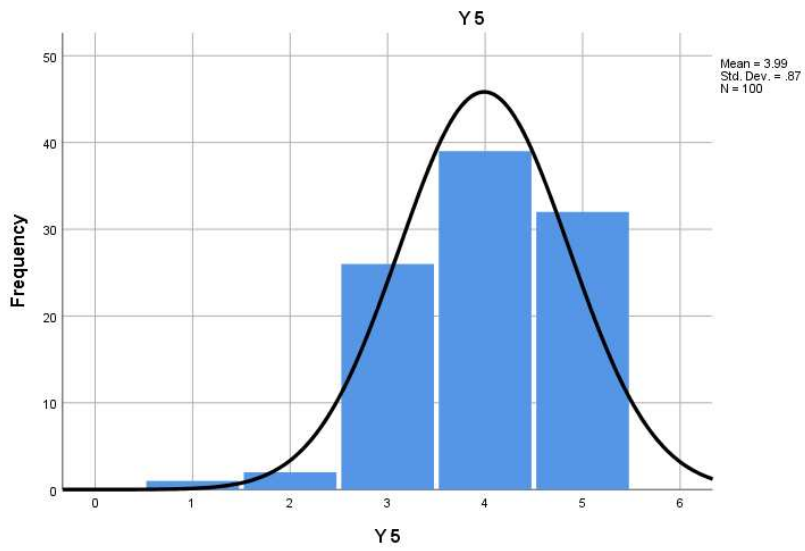
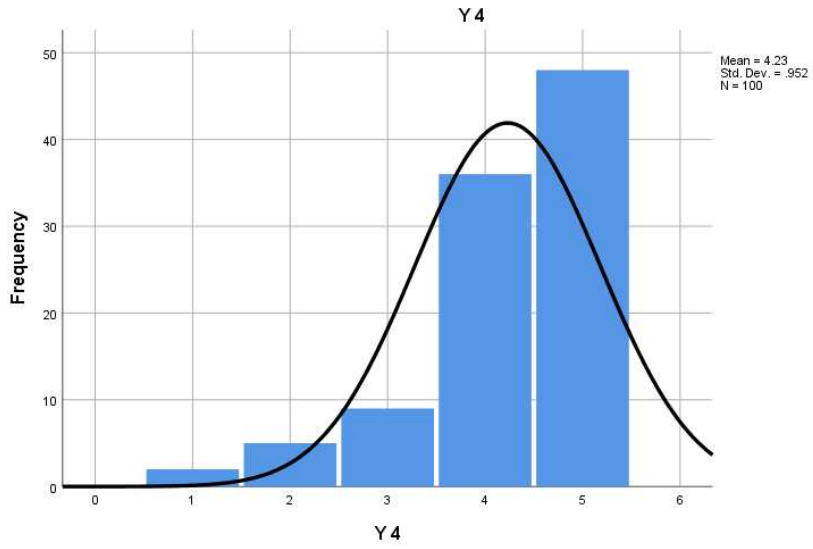


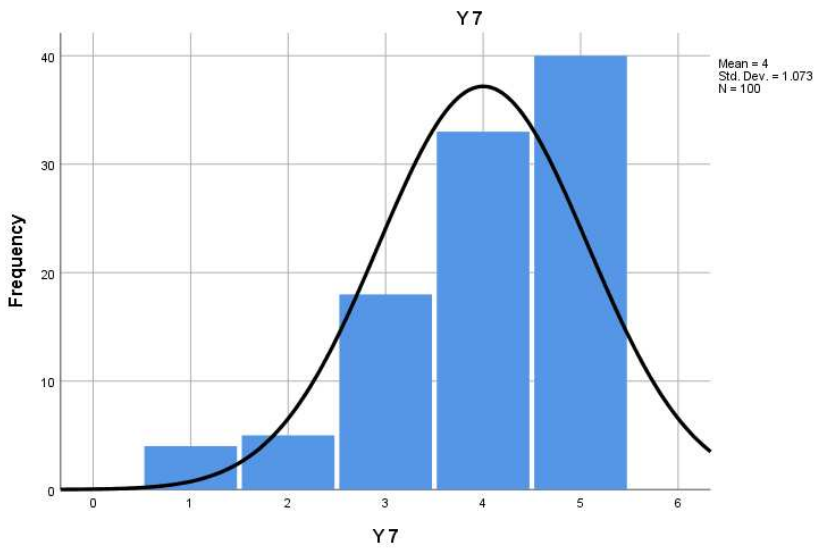
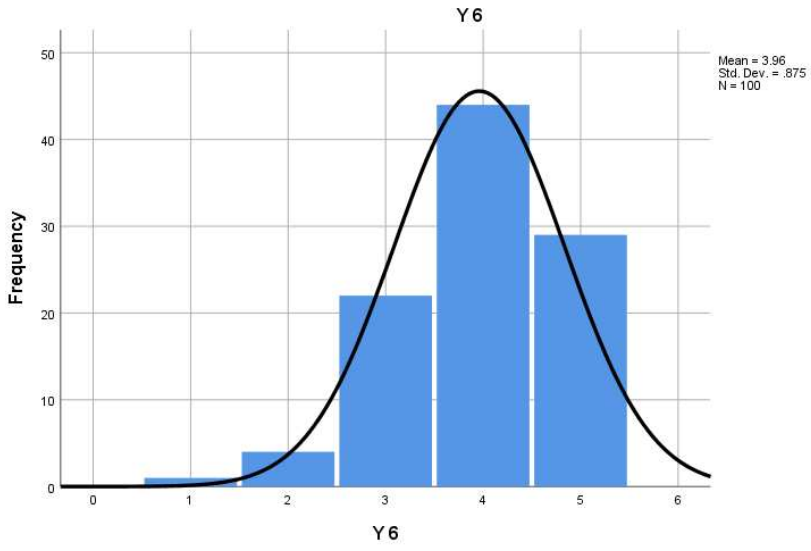




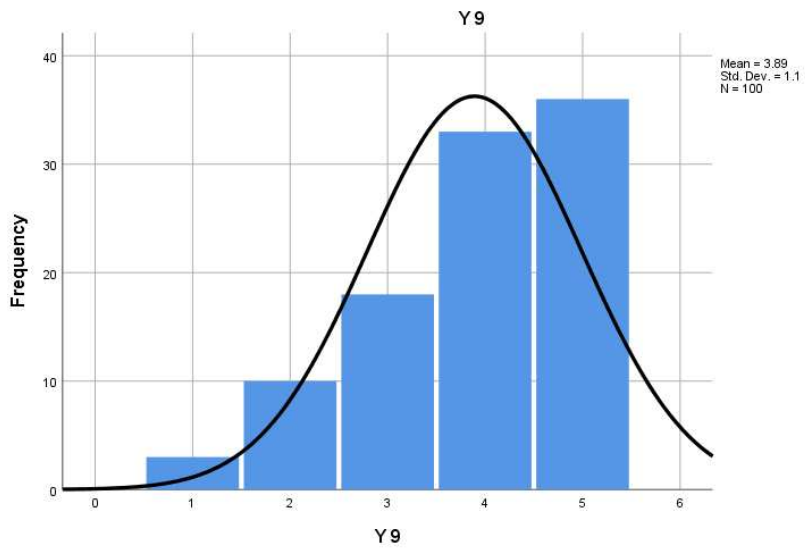
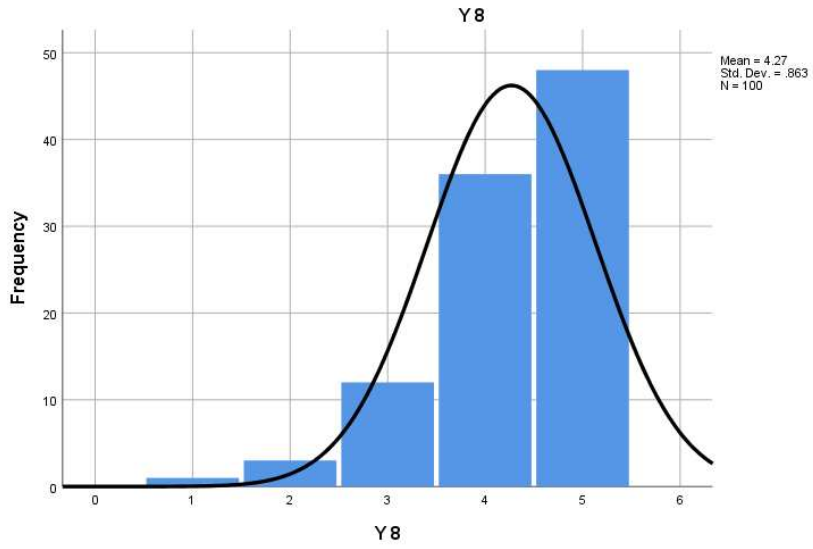


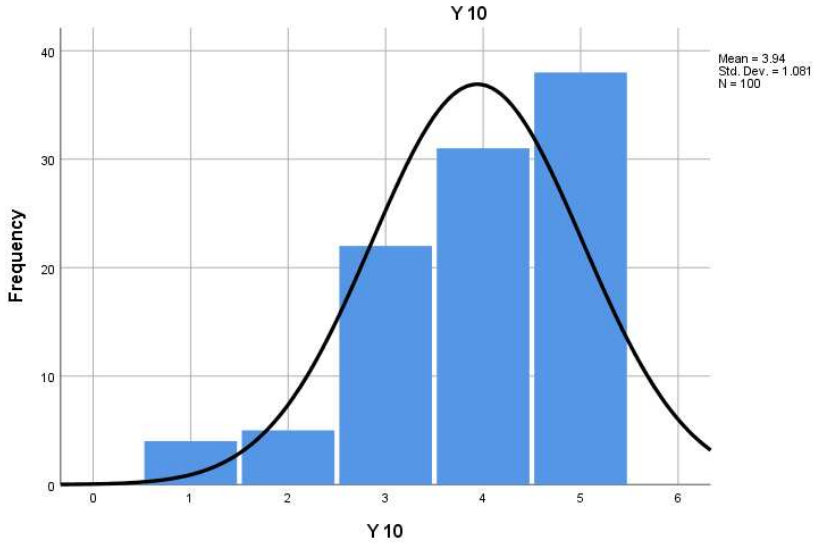














	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.004		.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X 7	Pearson Correlation	.377**	.409**	.448**	.464**	.245*	.508**	1	.361**	.491**	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.014	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X 8	Pearson Correlation	.299**	.249*	.608**	.335**	.402**	.330**	.361**	1	.497**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.002	.013	.000	.001	.000	.001	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X 9	Pearson Correlation	.523**	.374**	.384**	.362**	.336**	.591**	.491**	.497**	1	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.600**	.568**	.665**	.640**	.609**	.735**	.693**	.705**	.749**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	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).





	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson	.678*	.775*	.797*	.769*	.807*	.644*	.727*	.797*	.795*	.811*	1
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

## Lampiran 8. Hasil Uji Reliabilitas

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.823	9

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.917	10



## Lampiran 9. Hasil Uji Linearitas

### Case Processing Summary

	Included		Cases Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
	Minat Beli * Brand Ambassador	100	100.0%	0	0.0%	100

### Report

Minat Beli

Brand Ambassador	Mean	N	Std. Deviation
25.00	24.0000	1	.
27.00	25.5000	2	9.19239
31.00	28.0000	1	.
32.00	32.0000	1	.
33.00	26.0000	4	11.77568
34.00	34.5000	2	4.94975
35.00	37.2500	4	3.09570
36.00	38.6667	15	3.99404
37.00	39.3750	8	6.30051
38.00	38.1429	7	7.24405
39.00	37.2000	5	5.80517
40.00	42.5714	7	1.39728
41.00	42.4000	10	5.98517
42.00	43.8000	5	2.04939
43.00	44.5714	7	4.61364
44.00	44.7143	7	4.60848
45.00	47.7143	14	4.47950
Total	40.3900	100	7.46696

**Lampiran 10. Hasil Uji Koefisien**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708 <sup>a</sup>	.502	.497	5.298

a. Predictors: (Constant), Brand Ambassador

### Lampiran 11. Hasil Uji Nilai Signifikan

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2768.975	1	2768.975	98.647	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2750.815	98	28.070		
	Total	5519.790	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Brand Ambassador

**Lampiran 12. Hasil Uji Koefisien Regresi Sederhana**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-6.800	4.781		-1.422	.158
	Brand Ambassador	1.204	.121	.708	9.932	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

**Lampiran 13. Hasil Uji Hipotesis**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-6.800	4.781		-1.422	.158
	Brand Ambassador	1.204	.121	.708	9.932	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

**Lampiran 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708 <sup>a</sup>	.502	.497	5.298

a. Predictors: (Constant), Brand Ambassador

## Lampiran 15. Tabel T

df	0,05	0,025	df	0,05	0,025	df	0,05	0,025	df	0,05	0,025
1	6.314	12.706	53	1.674	2.006	105	1.659	1.983	157	1.655	1.975
2	2.920	4.303	54	1.674	2.005	106	1.659	1.983	158	1.655	1.975
3	2.353	3.182	55	1.673	2.004	107	1.659	1.982	159	1.654	1.975
4	2.132	2.776	56	1.673	2.003	108	1.659	1.982	160	1.654	1.975
5	2.015	2.571	57	1.672	2.002	109	1.659	1.982	161	1.654	1.975
6	1.943	2.447	58	1.672	2.002	110	1.659	1.982	162	1.654	1.975
7	1.895	2.365	59	1.671	2.001	111	1.659	1.982	163	1.654	1.975
8	1.860	2.306	60	1.671	2.000	112	1.659	1.981	164	1.654	1.975
9	1.833	2.262	61	1.670	2.000	113	1.658	1.981	165	1.654	1.974
10	1.812	2.228	62	1.670	1.999	114	1.658	1.981	166	1.654	1.974
11	1.796	2.201	63	1.669	1.998	115	1.658	1.981	167	1.654	1.974
12	1.782	2.179	64	1.669	1.998	116	1.658	1.981	168	1.654	1.974
13	1.771	2.160	65	1.669	1.997	117	1.658	1.980	169	1.654	1.974
14	1.761	2.145	66	1.668	1.997	118	1.658	1.980	170	1.654	1.974
15	1.753	2.131	67	1.668	1.996	119	1.658	1.980	171	1.654	1.974
16	1.746	2.120	68	1.668	1.995	120	1.658	1.980	172	1.654	1.974
17	1.740	2.110	69	1.667	1.995	121	1.658	1.980	173	1.654	1.974
18	1.734	2.101	70	1.667	1.994	122	1.657	1.980	174	1.654	1.974
19	1.729	2.093	71	1.667	1.995	123	1.657	1.979	175	1.654	1.974
20	1.725	2.086	72	1.666	1.993	124	1.657	1.979	176	1.654	1.974
21	1.721	2.080	73	1.666	1.993	125	1.657	1.979	177	1.654	1.973
22	1.717	2.074	74	1.666	1.993	126	1.657	1.979	178	1.653	1.973
23	1.714	2.069	75	1.665	1.992	127	1.657	1.979	179	1.653	1.973
24	1.711	2.064	76	1.665	1.992	128	1.657	1.979	180	1.653	1.973
25	1.708	2.060	77	1.665	1.991	129	1.657	1.979	181	1.653	1.973
26	1.706	2.056	78	1.665	1.991	130	1.657	1.978	182	1.653	1.973
27	1.703	2.052	79	1.664	1.990	131	1.657	1.978	183	1.654	1.973
28	1.701	2.048	80	1.664	1.990	132	1.656	1.978	184	1.653	1.973
29	1.699	2.045	81	1.664	1.990	133	1.656	1.978	185	1.653	1.973
30	1.697	2.042	82	1.664	1.989	134	1.656	1.978	186	1.653	1.973
31	1.696	2.040	83	1.663	1.989	135	1.656	1.978	187	1.653	1.973
32	1.694	2.037	84	1.663	1.989	136	1.656	1.978	188	1.653	1.973
33	1.692	2.035	85	1.663	1.988	137	1.656	1.977	189	1.654	1.973
34	1.691	2.032	86	1.663	1.988	138	1.656	1.977	190	1.653	1.973
35	1.690	2.030	87	1.663	1.988	139	1.656	1.977	191	1.653	1.972
36	1.688	2.028	88	1.662	1.987	140	1.656	1.977	192	1.653	1.972
37	1.687	2.026	89	1.662	1.987	141	1.656	1.977	193	1.653	1.972
38	1.686	2.024	90	1.662	1.987	142	1.656	1.977	194	1.653	1.972
39	1.685	2.023	91	1.662	1.986	143	1.656	1.977	195	1.654	1.972
40	1.684	2.021	92	1.662	1.986	144	1.656	1.977	196	1.653	1.972
41	1.683	2.020	93	1.661	1.986	145	1.655	1.976	197	1.653	1.972
42	1.682	2.018	94	1.661	1.986	146	1.655	1.976	198	1.653	1.972
43	1.681	2.017	95	1.661	1.985	147	1.655	1.976	199	1.653	1.972
44	1.680	2.015	96	1.661	1.985	148	1.655	1.976	200	1.653	1.972
45	1.679	2.014	97	1.661	1.985	149	1.655	1.976			
46	1.679	2.014	98	1.661	1.984	150	1.655	1.976			
47	1.678	2.013	99	1.660	1.984	151	1.655	1.976			
48	1.677	2.012	100	1.660	1.984	152	1.655	1.976			
49	1.677	2.011	101	1.660	1.984	153	1.655	1.976			
50	1.676	2.010	102	1.660	1.983	154	1.655	1.975			
51	1.675	2.008	103	1.660	1.983	155	1.655	1.975			
52	1.675	2.007	104	1.660	1.983	156	1.655	1.975			

Keterangan:

Jumlah responden = 100, Tingkat Signifikan 0,05%

$$Df = n - k$$

$$Df = 100 - 2$$

$$Df = 98$$

Dengan hasil Df, maka didapatkan t tabel 1,661

## Lampiran 16. Distribusi Nilai r Tabel

### DISTRIBUSI NILAI $r_{\text{tabel}}$ SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	<b>0.361</b>	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081



## Lampiran 17. Hasil Turnitin

Pengaruh JKT48 sebagai Brand Ambassador Erigo Apparel terhadap Minat Beli Produk Erigo Apparel (Studi Grup Whatsapp fans JKT48 Jawa Timur)

### ORIGINALITY REPORT

<b>18%</b>	<b>17%</b>	<b>8%</b>	<b>1%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>jurnal.untag-sby.ac.id</b> Internet Source	<b>4%</b>
<b>2</b>	<b>123dok.com</b> Internet Source	<b>3%</b>
<b>3</b>	<b>www.researchgate.net</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>www.scribd.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>jurnal.unissula.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>repository.ub.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>repo.iain-tulungagung.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>Laras Tri Ayu. "Pengaruh Brand Ambassador BTS (Bangtan Boys) dan E-Trust terhadap</b>	<b>1%</b>

Minat Beli", Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi,  
Keuangan & Bisnis Syariah, 2022

Publication

9	<a href="https://repository.stienobel-indonesia.ac.id">repository.stienobel-indonesia.ac.id</a> Internet Source	1%
10	<a href="https://conference.untag-sby.ac.id">conference.untag-sby.ac.id</a> Internet Source	1%
11	<a href="https://lib.unnes.ac.id">lib.unnes.ac.id</a> Internet Source	1%
12	<a href="https://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	1%
13	<a href="https://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	<1%
14	<a href="https://edoc.pub">edoc.pub</a> Internet Source	<1%
15	<a href="https://repositori.uma.ac.id">repositori.uma.ac.id</a> Internet Source	<1%
16	Siti Anis Khoerul Nisa Sunerlan, Apay Safari, Anti Riyanti. "Pengaruh Penerapan Sapta Pesona Terhadap Kepuasan Wisatawan di Situ Bagendit", Manajemen dan Pariwisata, 2023 Publication	<1%
17	Winda Winda, Firmansyah Kusumayadi. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI PADA MASA PANDEMIK COVID-19 DI KANTIN YUANK KOTA	<1%

## BIMA", Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara, 2021

Publication

---

18	<a href="http://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a> Internet Source	<1 %
19	<a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet Source	<1 %
20	<a href="http://repository.uir.ac.id">repository.uir.ac.id</a> Internet Source	<1 %
21	<a href="http://repository.untag-sby.ac.id">repository.untag-sby.ac.id</a> Internet Source	<1 %
22	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	<1 %
23	<a href="http://e-journal.umaha.ac.id">e-journal.umaha.ac.id</a> Internet Source	<1 %
24	<a href="http://eprints.ums.ac.id">eprints.ums.ac.id</a> Internet Source	<1 %
25	<a href="http://repositori.uin-alauddin.ac.id">repositori.uin-alauddin.ac.id</a> Internet Source	<1 %

---

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

## Lampiran 18. Lembaran Revisi Ujian Skripsi

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Olivia Putri Ananda  
NIM : 1151900056  
Judul : Pengaruh JKT48 sebagai Brand Ambassador Erigo Apparel terhadap Minat Beli Produk Erigo Apparel (Studi pada Minat Beli Produk Erigo Apparel fans JKT48 Jawa Timur)  
Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 18 Desember 2023

Catatan Perbaikan:

Revisi Bab 3  
Referensi Populer Van Sample.

Surabaya, .....  
Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1,



Maulana Anef, S. Sos., M. I. Kom



Maulana Anef, S. Sos., M. I. Kom

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi" dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
 UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Olivia Putri Ananda  
 NIM : 1151900056  
 Judul : Pengaruh JKT48 sebagai Brand Ambassador Erigo Apparel terhadap Minat Beli Produk Erigo Apparel (Studi pada Minat Beli Produk Erigo Apparel fans JKT48 Jawa Timur)  
 Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 18 Desember 2023

Catatan Perbaikan:

- Sebaiknya dgn variabel terapan ya.
- Ukt rebate.

Surabaya, .....  
 Persetujuan Dosen Penguji 2 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 2,

  
 Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom

  
 Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "Tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
 UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Olivia Putri Ananda  
 NIM : 1151900056  
 Judul : Pengaruh JKT48 sebagai Brand Ambassador Erigo Apparel terhadap Minat Beli Produk Erigo Apparel (Studi pada Minat Beli Produk Erigo Apparel fans JKT48 Jawa Timur)  
 Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 18 Desember 2023

Catatan Perbaikan:

- 1) Tentukan populasi penelitian dengan jelas
- 2) Indikator diturunkan dari teori terapan Media
- 3) Saran ditambahkan terkait brand ambassador,
- 4) Daftar pustaka

Surabaya, 18 - Des - 2023  
 Persetujuan Dosen Penguji 3 Tahap Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 3,

  
 Herlina Kusumaningrum, S. Sos., MA

  
 Herlina Kusumaningrum, S. Sos., MA

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.



## Lampiran 19. Kartu Bimbingan


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

Program Studi • Administrasi Publik • Administrasi Bisnis • Ilmu Komunikasi  
 • Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi  
 Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60116)  
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fsip@untag-sby.ac.id

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Olivia Putri Ananda  
 NBI : 1151900056  
 Program Studi : ILMU KOMUNIKASI  
 Dosen Pembimbing I : Maulana Arief, S. Sos., M. I. Kom  
 Dosen Pembimbing II : Hamim, S.Sos.,M.I.Kom

Judul Skripsi : Pengaruh JKT48 sebagai Brand Ambassador Erigo Apparel terhadap Minat Beli produk Erigo Apparel (Studi pada Minat beli produk Erigo Apparel Grup Whatsapp fans JKT48 Jawa Timur)

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1.	20-09-2023	- REVISI LAYAR BELAKANG	<i>Maula</i>	
2.	30-10-2023	- REVISI JUDUL - REVISI BAB 1 - REVISI BAB 2	<i>Maula</i>	
3.	02-11-2023	- Judul ACC - kerangka pemerturan diubah - Perubahan sampel.	<i>Maula</i>	
4.	02-11-2023	ACC BAB 1, 2, 3	<i>Maula</i>	
5.	02-11-2023	Uraian d-		<i>pk.</i>
6.	07-11-2023	ace progress		<i>pk.</i>
7.	07-11-2023	- membuat pertanyaan sesuai variabel	<i>Maula</i>	
8.	22-11-2023	- Revisi kuesioner	<i>Maula</i>	
9.	23-11-2023	- ACC kuesioner	<i>Maula</i>	



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

Program Studi : • Administrasi Publik • Administrasi Bisnis • Ilmu Komunikasi  
 • Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi  
 Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)  
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fslip@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
10.	11-12-2023	- MEMAMBAHKAN HASIL PEMBAHASAN DAN DIJADIKAN KEHIMPULAN	<i>Mula</i>	
11.	12-12-2023	Kutip & penulisan		<i>P.</i>
12.	12-12-2023	RAB IV Anus fer		<i>P.</i>
13	12-12-2023	ACC BAB 4 dan 5	<i>Mula</i>	
14	13-12-2023	Ace Rein		<i>P.</i>

- Catatan:
1. Kartu Bimbingan dibawa saat bimbingan
  2. Kartu bimbingan diisi oleh Dosen Pembimbing

Bimbingan dinyatakan telah selesai  
 Tanggal : 13 DESEMBER 2023

Dosen Pembimbing I,

*Mula*  
 (Maulana H.)

Dosen Pembimbing II,

*P.*  
 (.....)