

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

No	Pernyataan (variabel persepsi)	STS	TS	N	S	ST
1	Iklan produk yang dibintangi oleh Fadil Jaidi menyegarkan mata karena video iklan yang disuguhkan merupakan video yang unik dan lucu					
2	Iklan produk yang dibintangi oleh Fadil Jaidi berbeda dengan iklan endorser pada umumnya					
3	Iklan yang dibintangi oleh Fadil Jaidi selalu menggunakan konsep latar belakang musik yang ceria					
4	Dalam membintangi Iklan Fadil Jaidi memiliki gaya bicara yang meyakinkan					
5	Iklan yang dibintangi oleh Fadil Jaidi memiliki pesan yang mengundang khalayak					
6	Iklan yang dibintangi oleh Fadil Jaidi merupakan iklan yang penting untuk ditonton					
7	Khalayak (pengikut) Fadil memahami dengan isi iklan yang dibintangi oleh Fadil Jaidi					
8	Iklan yang dibintangi oleh Fadil Jaidi memberikan manfaat dan informasi penting					

No	Pernyataan (variabel kredibilitas)					
1	Fadil Jaidi memiliki keahlian yang memadai mengenai kategori produk sehingga layak menjadi <i>celebrity endorser</i> iklan produk					
2	Fadil jaidi memiliki pengalaman yang memadai berkaitan dengan kategori produk sehingga layak menjadi <i>celebrity endorser</i> iklan produk					

3	Fadil Jaidi memiliki pengetahuan yang memadai berkaitan dengan kategori produk sehingga layak menjadi <i>celebrity endorser</i> iklan produk					
4	Fadil Jaidi memenuhi syarat untuk mengiklankan produk yang di endorse					
5	Fadil Jaidi cukup terlatih sebagai endorser iklan sehingga layak menjadi <i>celebrity endorser</i> iklan produk					
6	Fadil Jaidi layak dipertahankan sebagai <i>celebrity endorser</i> produk?					
7	Dalam menyampaikan pesan pada iklan produk, Fadil Jaidi mengatakannya dengan jujur					
8	Dalam menyampaikan pesan iklan produk, Fadil Jaidi dapat bertanggung jawab terhadap produk					
9	Fadil Jaidi menyampaikan iklan produk dengan tulus					
10	Dalam menyampaikan iklan pesan produk, Fadil Jaidi dapat dipercaya					
11	Fadil Jaidi merupakan <i>celebrity endorser</i> yang memiliki Penampilan yang menarik					
12	Fadil Jaidi merupakan <i>celebrity endorser</i> yang memiliki tampang yang tampan					
13	Fadil Jaidi merupakan <i>celebrity endorser</i> yang menyampaikan iklan dengan unik					
14	Fadil Jaidi merupakan <i>celebrity endorser</i> yang memiliki sifat ramah terhadap followers					
15	Fadil Jaidi merupakan <i>celebrity endorser</i> yang memiliki keakraban dengan Followers dalam membalas pesan maupun komentar					

Lampiran 2 Jawaban Responden

No	Pernyataan (variabel persepsi)	STS		TS		N		S		SS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Iklan produk yang dibintangi oleh Fadil Jaidi menyegarkan mata karena video iklan yang disuguhkan merupakan video yang unik dan lucu	1	1%	0	0%	1	1%	65	43%	83	55%
2	Iklan produk yang dibintangi oleh Fadil Jaidi berbeda dengan iklan endorser pada umumnya	0	0%	0	0%	5	3%	93	62%	52	35%
3	Iklan yang dibintangi oleh Fadil Jaidi selalu menggunakan konsep latar belakang musik yang ceria	0	0%	1	1%	8	5%	81	54%	60	40%
4	Dalam membintangi Iklan Fadil Jaidi memiliki gaya bicara yang meyakinkan	0	0%	1	1%	8	5%	86	57%	55	37%
5	Iklan yang dibintangi oleh Fadil Jaidi memiliki pesan yang mengundang khalayak	0	0%	0	0%	11	7%	90	60%	49	33%
6	Iklan yang dibintangi oleh Fadil Jaidi merupakan iklan	0	0%	4	3%	19	13%	82	52%	45	30%

	yang penting untuk ditonton										
7	Khalayak (pengikut) Fadil memahami dengan isi iklan yang dibintangi oleh Fadil Jaidi	0	0%	0	0%	3	2%	81	54%	66	44%
8	Iklan yang dibintangi oleh Fadil Jaidi memberikan manfaat dan informasi penting	0	0%	1	1%	15	10%	80	53%	54	36%
No Pernyataan (variabel kredibilitas)											
		STS		TS		N		S		SS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Fadil Jaidi memiliki keahlian yang memadai mengenai kategori produk sehingga layak menjadi <i>celebrity endorser</i> iklan produk	0	0%	0	0%	6	4%	68	45%	76	51%
2	Fadil jaidi memiliki pengalaman yang memadai berkaitan dengan kategori produk sehingga layak menjadi <i>celebrity endorser</i> iklan produk	0	0%	1	1%	11	7%	96	64%	42	28%
3	Fadil Jaidi memiliki pengetahuan yang memadai berkaitan dengan kategori	0	0%	1	1%	6	4%	85	57%	58	39%

	produk sehingga layak menjadi <i>celebrity endorser</i> iklan produk										
4	Fadil Jadi memenuhi syarat untuk mengiklankan produk yang di endorse	0	0%	0	0%	9	6%	86	57%	55	37%
5	Fadil Jaidi cukup terlatih sebagai endorser iklan sehingga layak menjadi <i>celebrity endorser</i> iklan produk	0	0%	1	1%	3	2%	88	59%	58	39%
6	Fadil Jaidi layak dipertahankan sebagai <i>celebrity endorser</i> produk?	0	0%	0	0%	4	3%	78	52%	68	45%
7	Dalam menyampaikan pesan pada iklan produk, Fadil Jaidi mengatakannya dengan jujur	0	0%	0	0%	15	10%	82	55%	53	35%
8	Dalam menyampaikan pesan iklan produk, Fadil Jaidi dapat bertanggung jawab terhadap produk	0	0%	1	1%	11	7%	85	57%	53	35%
9	Fadil Jaidi menyampaikan iklan produk dengan tulus	0	0%	0	0%	7	5%	85	57%	58	39%

10	Dalam menyampaikan iklan pesan produk, Fadil Jaidi dapat dipercaya	0	0%	0	0%	13	9%	84	56%	53	35%
11	Fadil Jaidi merupakan <i>celebrity endorser</i> yang memiliki Penampilan yang menarik	0	0%	1	1%	6	4%	82	55%	61	41%
12	Fadil Jaidi merupakan <i>celebrity endorser</i> yang memiliki tampang yang tampan	0	0%	2	1%	25	17%	71	47%	52	35%
13	Fadil Jaidi merupakan <i>celebrity endorser</i> yang menyampaikan iklan dengan unik	0	0%	0	0%	4	3%	77	51%	69	46%
14	Fadil Jaidi merupakan <i>celebrity endorser</i> yang memiliki sifat ramah terhadap followers	0	0%	0	0%	4	3%	74	49%	72	48%
15	Fadil Jaidi merupakan <i>celebrity endorser</i> yang memiliki keakraban dengan Followers dalam membalas pesan maupun komentar	0	0%	0	0%	5	3%	85	57%	60	40%

Lampiran 3 rtabel

DISTRIBUSI NILAI r_{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	0.361	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

Eka Nur Kamilah, 2015

Pengaruh keterampilan mengajar guru terhadap hasil belajar siswa pada mata pelajaran Akuntansi

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen (Uji Validitas)

		Correlations								
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	TOTAL_X
X1	Pearson Correlation	1	-.038	.294**	.292**	.255**	.166*	.317**	.201*	.528**
	Sig. (2-tailed)		.648	.000	.000	.002	.042	.000	.014	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X2	Pearson Correlation	-.038	1	.234**	.019	.327**	.163*	.242**	.200*	.437**
	Sig. (2-tailed)	.648		.004	.818	.000	.046	.003	.014	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X3	Pearson Correlation	.294**	.234**	1	.147	.271**	.350**	.206*	.364**	.622**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004		.073	.001	.000	.011	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X4	Pearson Correlation	.292**	.019	.147	1	.108	.459**	.254**	.221**	.548**
	Sig. (2-tailed)	.000	.818	.073		.189	.000	.002	.007	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X5	Pearson Correlation	.255**	.327**	.271**	.108	1	.135	.455**	.275**	.587**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.001	.189		.100	.000	.001	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X6	Pearson Correlation	.166*	.163*	.350**	.459**	.135	1	.129	.575**	.681**
	Sig. (2-tailed)	.042	.046	.000	.000	.100		.115	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X7	Pearson Correlation	.317**	.242**	.206*	.254**	.455**	.129	1	.143	.560**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.011	.002	.000	.115		.081	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X8	Pearson Correlation	.201*	.200*	.364**	.221**	.275**	.575**	.143	1	.669**
	Sig. (2-tailed)	.014	.014	.000	.007	.001	.000	.081		.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
TOTAL_X	Pearson Correlation	.528**	.437**	.622**	.548**	.587**	.681**	.560**	.669**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150

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

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

		Correlations																
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	TOTAL_Y	
Y1	Pearson Correlation	1	.248**	.331**	.575**	.424**	.407**	.415**	.401**	.396**	.408**	.399**	.320**	.184	.323**	.326**	.695**	
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.024	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Y2	Pearson Correlation	.248**	1	.436**	.219**	.262**	.326**	.322**	.318**	.326**	.436**	.265**	.240**	.092	.246**	.237**	.564**	
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.007	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.003	.261	.002	.004	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Y3	Pearson Correlation	.331**	.436**	1	.250**	.171*	.390**	.244**	.436**	.243**	.350**	.335**	.314**	.069	.152	.202*	.562**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.002	.036	.000	.003	.000	.003	.000	.000	.000	.398	.063	.013	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	
Y4	Pearson Correlation	.575**	.219**	.250**	1	.286**	.366**	.284**	.406**	.397**	.433**	.367**	.376**	.213**	.298**	.341**	.659**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.002		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.009	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	
Y5	Pearson Correlation	.424**	.262**	.171*	.286**	1	.228**	.396**	.308**	.447**	.235**	.270**	.210	.176	.284**	.320**	.562**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.036	.000		.005	.000	.000	.000	.000	.004	.001	.010	.031	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	
Y6	Pearson Correlation	.407**	.326**	.390**	.368**	.228**	1	.035	.473**	.330**	.300**	.442**	.285**	.274**	.400**	.347**	.627**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.005		.671	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	
Y7	Pearson Correlation	.415**	.322**	.344**	.284**	.396**	.035	1	.361**	.400**	.473**	.318**	.380**	.167	.249**	.275**	.612**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.000	.000	.671		.000	.000	.000	.000	.000	.041	.002	.001	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	
Y8	Pearson Correlation	.401**	.318**	.436**	.406**	.308**	.473**	.361**	1	.237**	.379**	.472**	.276**	.230**	.233**	.302**	.664**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.003	.000	.000	.001	.005	.004	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	
Y9	Pearson Correlation	.396**	.326**	.243**	.397**	.447**	.330**	.400**	.237**	1	.319**	.240**	.368**	.106	.256**	.288**	.608**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.003	.000		.000	.003	.000	.197	.002	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	
Y10	Pearson Correlation	.408**	.436**	.350**	.433**	.235**	.300**	.473**	.379**	.319**	1	.239**	.490**	.094	.237**	.268**	.652**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000		.003	.000	.254	.003	.001	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	
Y11	Pearson Correlation	.399**	.265**	.335**	.367**	.270**	.442**	.318**	.472**	.240**	.239**	1	.228**	.311**	.267**	.363**	.622**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.003	.003	.000		.005	.000	.001	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	
Y12	Pearson Correlation	.320**	.240**	.314**	.376**	.210*	.285**	.380**	.276**	.398**	.490**	.228**	1	-.066	.125	.158	.561**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000	.010	.000	.000	.001	.000	.000	.005	.000		.425	.128	.053	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	
Y13	Pearson Correlation	.184	.092	.069	.213**	.176*	.274**	.167*	.230**	.106	.094	.311**	-.066	1	.301**	.316**	.376**	
	Sig. (2-tailed)	.024	.261	.398	.009	.031	.001	.041	.005	.197	.254	.000	.425	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	
Y14	Pearson Correlation	.323**	.246**	.152	.298**	.284**	.400**	.249**	.233**	.256**	.237**	.267**	.125	.301**	1	.201*	.506**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.063	.000	.000	.000	.002	.004	.002	.003	.001	.128	.000		.013	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	
Y15	Pearson Correlation	.326**	.237**	.202*	.341**	.320**	.347**	.275**	.302**	.288**	.268**	.363**	.158	.316**	.201*	1	.550**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.013	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.001	.000	.053	.000	.013	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.695**	.564**	.562**	.659**	.562**	.627**	.612**	.664**	.608**	.652**	.622**	.561**	.376**	.506**	.550**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	

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

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

Lampiran 5 Hasil Uji Instrumen (Uji Reliabilitas)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.721	.718	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.864	.865	15

Lampiran 6 Kartu Bimbingan



①

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 : fisp@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Imro'atul Mufidah
NBI : 1151900272
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Dosen Pembimbing I : A.A.I. Prihandari Satvikadewi, S.Sos., M.Med.Kom
Dosen Pembimbing II : Irmasanthi Danadharta, S.Hub.Int., MA

Judul Skripsi : Persepsi Konsumen Terhadap Kredibilitas Celebrity Endorser Fadil Jaidi Sebagai Brand Endorser Waroeng Pak Muh (Studi Kasus Terhadap Konsumen Waroeng Pak Muh Jalan Tunjungan Surabaya)

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1.	15/03/23	Bab 1 → Perbaiki LRM → Fokus pd Digital Adv → Persepsi Konsumen		
2.	12/04/23	Bab 1 → Lanjutkan bab 2 & 3 Rapitan LRM		
3.		RM perbaiki		
4.	06/06/23	Teori & Assumsi → Bab 3. Kaji pustaka		
5.	15/09/23	Bab 1 : RM perbaiki Bab 2 : CR. perbaiki Bab 3 : sgt tuliskan Pop. Sampel, Teknik penulisan		
6.	6/10/23	Bab 1 ✓ Bab 2 ✓ Bab 3 lanjutkan		
7.	30/10/2023	Bab 1 : RM mohon & formulasikan lg Bab 2 : Teori → Rapitan & lengkapi K.P. Bab 3 : Bab 3 . fokus ke kuantitatif		



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

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm, Doktor Ilmu Adm
Gedung : F.101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. (031)-5925982, 5931800 Psw. 159. Email : fiisip@untag-sby.ac.id

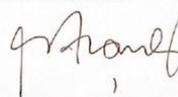
KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NO.	TANGGAL	MATERI	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	TANDA TANGAN
	21-10-2022	Bab 1-3 - Redaksional	Perbaiki redaksional	Jenasari
		Bab 1-3	Perbaiki typo Perbaiki indikator Perbaiki kuesioner	Uls
	23-11-2022	Bab 1-3 Redaksional	Redaksional	Jenasari
		Bab 3	Kuesioner, diisi → diteliti	Uls
	7-12-2022	Melanjutkan bab 5 (Via Gmeet)		
	11-12-2022	Bab IV	Perbaiki dg tabulasi silang Lanjutkan ke Bab 5 ACC	Uls Uls

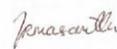
Bimbingan dinyatakan telah selesai,

Tanggal : 11 - 12 - 2022

Dosen Pembimbing I

()

Dosen Pembimbing II

()

Lampiran 7 Hasil Turnitin

Persepsi Khalayak terhadap Kredibilitas Celebrity Endorser Fadil Jaidi

ORIGINALITY REPORT

20% SIMILARITY INDEX	20% INTERNET SOURCES	9% PUBLICATIONS	8% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	5%
2	core.ac.uk Internet Source	3%
3	Submitted to Universitas Negeri Semarang Student Paper	2%
4	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	1%
5	journal.ubm.ac.id Internet Source	1%
6	123dok.com Internet Source	1%
7	ejournal.stiesnu-bengkulu.ac.id Internet Source	1%
8	jurnal.stikesrsanwarmedika.ac.id Internet Source	1%
9	Submitted to Badan PPSDM Kesehatan Kementerian Kesehatan	1%

Student Paper

10	repository.stei.ac.id Internet Source	1 %
11	www.neliti.com Internet Source	1 %
12	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<1 %
13	Submitted to Surabaya University Student Paper	<1 %
14	conference.untag-sby.ac.id Internet Source	<1 %
15	idr.uin-antasari.ac.id Internet Source	<1 %
16	repository.unhas.ac.id Internet Source	<1 %
17	www.scribd.com Internet Source	<1 %
18	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
19	repository.ipb.ac.id Internet Source	<1 %
20	Sang Ayu Putu Arie Indraswarawati, Cokorda Gde Bayu Putra, I Putu Teresna Jaya Manggala. "PENGARUH PEMAHAMAN SISTEM	<1 %

AKUNTANSI KEUANGAN DAERAH DAN
AKTIVITAS PENGENDALIAN TERHADAP
AKUNTABILITAS KEUANGAN PADA
PEMERINTAH KABUPATEN GIANYAR", Widya
Akuntansi dan Keuangan, 2020

Publication

21	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
22	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
23	"European Inter-State Cooperation in Criminal Matters / La coopération interétatique européenne en matière pénale *", Brill, 1993 Publication	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

Lampiran 8 : Lembar Revisi

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

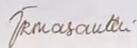
LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Imro'atul Mufidah
NIM : 1151900272
Judul : Persepsi Khalayak Terhadap Kredibilitas Celebrity Endorser Fadil Jaidi
Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 20 Desember 2023

Catatan Perbaikan:

1. Redaksional : ukuran font terlalu besar.
2. Kesimpulan ditambahkan.
3. Sesuaikan dg format penulisan skripsi

Surabaya, 20 - 12 - 2023
Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1,



Immananthi Danadharta, S.Hub.Int., MA
S.Hub.Int., MA



Immananthi Danadharta,

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

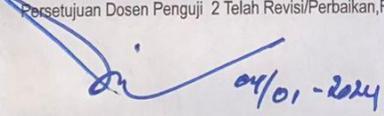
LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

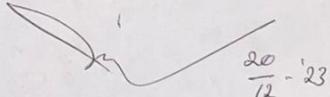
Nama : Imro'atul Mufidah
NIM : 1151900272
Judul : Persepsi Khalayak Terhadap Kredibilitas Celebrity Endorser Fadil Jaidi
Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 20 Desember 2023

Catatan Perbaikan:

- TEKNIK PENULISAN BERDASARKAN FORMAT PEDOMAN
- PERTAJAMAN LEMBAR
- DAFTAR ISI JAWABAN DI BOLD

Surabaya, 09 - 01 - 2024
Persetujuan Dosen Penguji 2 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 2,


Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA


Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Imro'atul Mufidah
NIM : 1151900272
Judul : Persepsi Khalayak Terhadap Kredibilitas Celebrity Endorser Fadil Jaidi
Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 20 Desember 2023

Catatan Perbaikan:

- Sesuaikan dengan metode penelitian kuantitatif → outline lihat di website
- Penelitian terdahulu sesuaikan dengan judul tabelnya → teori & metode
- Kriteria responden apa saja sebenarnya?

Surabaya, 4 Januari 2024
Persetujuan Dosen Penguji 3 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 3,


Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., M.A
S.Sos., M.A


Beta Puspitaning Ayodya,

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