

## **LAMPIRAN**

## Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya, **Syifaуз Zahwa Awaliyah Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**. Saat ini saya akan mengadakan penelitian tentang **“Pengaruh Iklan Tv Produk PT Kencana Maju Bersama terhadap perubahan perilaku *fresh graduate* (Studi pada lulusan gasal 2023 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)”**.

Adapun Kriteria responden yang dapat mengisi kuesioner ini adalah sebagai berikut :

1. Berusia 20-30 Tahun

Di sini saya memohon bantuan dan kerja samanya demi kelancaran penyusunan skripsi saya. Mohon untuk diisi dengan jawaban yang sejujur-jujurnya. Tidak ada jawaban yang benar atau salah dan jawaban saudara akan sangat saya hargai. Terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Apakah anda mengetahui produk PT Kencana maju Bersama ?

Y Ya

Y Tidak

Apakah anda pernah melihat iklan produk PT Kencana maju Bersama ?

Y Ya

Y Tidak

Link video iklan produk PT Kencana Maju Bersama

Berikut ini terdapat beberapa pertanyaan. Anda diminta memilih pertanyaan yang sesuai dengan diri Anda. Berilah tanda check list (√) pada jawaban yang anda pilih!

Alternatif jawaban yang tersedia pada tiap-tiap pertanyaan, yaitu:

**5 : Sangat Setuju (SS)**

**4 : Setuju (S)**

**3 : Ragu-Ragu (RG)**

**2 : Tidak Setuju (TS)**

**1 : Sangat Tidak Setuju (STS)**

1. Dampak Kognitif

No	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1.	Iklan produk PT Kencana Maju Bersama merek Kencana® menambah pengetahuan					
2	Memahami isi pesan dari iklan produk PT Kencana maju Bersama merek Kencana®					
3	Penggunaan kata ( <i>slogan/tagline</i> ) produk PT Kencana Maju Bersama merek Kencana® mudah diingat					
4	Saya cenderung tertarik melihat iklan produk PT Kencana Maju Bersama merek Kencana® untuk kebutuhan pribadi					

2. Dampak Afektif

No	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1.	Informasi Iklan produk PT Kencana Maju Bersama merek Kencana® mudah diingat.					
2	Penyajian iklan produk PT Kencana Maju Bersama merek Kencana® mudah dimengerti.					

3	Penggunaan kata ( <i>slogan/tagline</i> ) iklan produk PT Kencana Maju Bersama merek Kencana® menarik.					
4	Iklan produk PT Kencana Maju Bersama merek Kencana® bermanfaat bagi saya					

### 3. Dampak Psikomotorik

No	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1.	Anda akan membeli produk PT Kencana Maju Bersama merek Kencana® ?					
2	Anda akan merekomendasikan produk PT Kencana Maju Bersama merek Kencana® kepada orang terdekat ?					
3	Anda memilih produk PT Kencana Maju Bersama merek Kencana® karena kemauan sendiri ?					
4	Anda memilih produk PT Kencana Maju Bersama merek Kencana® dari garansi 10-20 tahun ?					

4. Iklan

No	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1.	Pada pemutaran iklan produk PT Kencana Maju Bersama merek Kencana® memiliki daya tarik untuk dipertahankan					
2	Merek pertama yang paling anda ingat ketika membahas properti adalah Kencana®					
3	Akan melihat iklan produk PT Kencana Maju Bersama merek Kencana® sampai selesai					
4	Akan mengenal iklan produk PT Kencana Maju Bersama merek Kencana® sebagai produk yang sudah ber-SNI dan terjamin					

## Lampiran 2. Uji Validitas dan Relibilitas

### Kognitif (Y1)

		<b>Correlations</b>				
		Y1_1	Y1_2	Y1_3	Y1_4	Total_Y1
Y1_1	Pearson Correlation	1	,689**	,471**	,684**	,873**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90
Y1_2	Pearson Correlation	,689**	1	,494**	,575**	,831**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90
Y1_3	Pearson Correlation	,471**	,494**	1	,448**	,717**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90
Y1_4	Pearson Correlation	,684**	,575**	,448**	1	,850**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	90	90	90	90	90
Total_Y1	Pearson Correlation	,873**	,831**	,717**	,850**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	90	90	90	90	90

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

### Reliability

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,834	4

## Afektif (Y2)

### Correlations

		Y2_1	Y2_2	Y2_3	Y2_4	Total_Y2
Y2_1	Pearson Correlation	1	,566**	,574**	,613**	,843**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90
Y2_2	Pearson Correlation	,566**	1	,511**	,578**	,804**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90
Y2_3	Pearson Correlation	,574**	,511**	1	,498**	,795**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90
Y2_4	Pearson Correlation	,613**	,578**	,498**	1	,824**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	90	90	90	90	90
Total_Y2	Pearson Correlation	,843**	,804**	,795**	,824**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	90	90	90	90	90

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,833	4

## Psikomotorik (Y3)

### Correlations

		Y3_1	Y3_2	Y3_3	Y3_4	Total_Y3
Y3_1	Pearson Correlation	1	,576**	,594**	,383**	,794**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90
Y3_2	Pearson Correlation	,576**	1	,684**	,511**	,838**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90
Y3_3	Pearson Correlation	,594**	,684**	1	,600**	,879**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90
Y3_4	Pearson Correlation	,383**	,511**	,600**	1	,759**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	90	90	90	90	90
Total_Y3	Pearson Correlation	,794**	,838**	,879**	,759**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	90	90	90	90	90

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,831	4

## Iklan (X)

		Correlations				
		X1	X2	X3	X4	Total_X
X1	Pearson Correlation	1	,651**	,653**	,587**	,862**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90
X2	Pearson Correlation	,651**	1	,565**	,594**	,849**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90
X3	Pearson Correlation	,653**	,565**	1	,578**	,844**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90
X4	Pearson Correlation	,587**	,594**	,578**	1	,797**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	90	90	90	90	90
Total_X	Pearson Correlation	,862**	,849**	,844**	,797**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	90	90	90	90	90

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

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,854	4

### Lampiran 3. Uji Asumsi klasik

#### Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardize d Residual
N			90
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		,0000000
	Std. Deviation		2,88554440
Most Extreme Differences	Absolute		,085
	Positive		,077
	Negative		-,085
Test Statistic			,085
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>			,111
Monte Carlo Sig. (2- tailed) <sup>d</sup>	Sig.		,103
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,095
		Upper Bound	,111

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

## Uji Multikolinieritas

		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics		
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	12,222	2,255		5,420	<,001		
	X	2,278	,136	,873	16,770	<,001	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Y

## Uji Heteroskedastisitas

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,165	1	,165	,049	,825 <sup>b</sup>
	Residual	295,780	88	3,361		
	Total	295,945	89			

a. Dependent Variable: ABS\_RES

b. Predictors: (Constant), X

## Lampiran 4. Uji Hipotesis

### Uji F -Simultan

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2368,242	1	2368,242	281,231	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	741,047	88	8,421		
	Total	3109,289	89			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

### Uji T Parsial

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,222	2,255		5,420	<,001
	X	2,278	,136	,873	16,770	<,001

a. Dependent Variable: Y

### Uji koefisien determinasi (R-Squared)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,873 <sup>a</sup>	,762	,759	2,90189

a. Predictors: (Constant), X

## Lampiran 5. 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 (60118)  
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fisp@untag-sby.ac.id

### KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Syifaуз Zahwa Awaliyah  
 NBI : 1152000320  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Dosen Pembimbing I : Drs. Jupriono, M.Si  
 Dosen Pembimbing II : Amalia Nurul Muthmainnah, S. I. Kom., MA

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan TV PT Kencana Maju Bersama pada Masyarakat Surabaya Daerah Colombo Perak, Jl. Ikan mujaer RT 02 RW 05 Kec. Krembangan, Kel. Perak Barat

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	05/03 2024	↳ mengganti sasaran penelitian ↳ menambah data kecenderungan anak muda untuk membeli properti (100 survey) ↳ menyesuaikan relevansi penelitian ↳ melengkapi penulisan sesuai ketentuan.		
2	25/03 2024	Judul ditegasikan = variabel Y		
3	26/03 2024	→ Beribahay kalimat untuk menjelaskan properti/genre → persiapan pada saat penelitian → uraian pada penelitian terdahulu → Elaborasi pada teori terapan jelas → jenis penelitian → Perhitungan simpulan dan kesimpulan indikator data → penjelasan penyusunan dan instrumen penelitian → penjelasan cara penjabaran angket → cara metode analisis		
4	27/03 2024	- Alat ukur/angket - indikator variabel		
5	19/04 2024	Bab 1-2 OK Bab 3 jenis elaspian M		
6	22/4 2024	Bab 4 - Siapkan angket - Lakukan uji coba		
7	23/4/24	ACC Bab I-III Perbaiki kuesioner		
8	6/6 2024	perbaikan kuesioner Analisis harus di perdalam.		
9	18/06 2024	- melengkapi definisi operasional - Parafrase kutipan - Penjelasan penyajian data - revisi pada pembahasan		

Lampiran 5 | Kartu Bimbingan



## Lampiran 6. Lembar Revisi Ujian Skripsi

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

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Syifaуз Zahwa Awaliyah

NIM : 11522000320

Hari/ Tanggal Ujian : Kamis, 27 Juni 2024

Judul Skripsi :

PENGARUH IKLAN TV PRODUK PT KENCANA MAJU BERSAMA TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU MAHASISWA FRESH GRADUATE (Studi pada lulusan periode gasal 2023 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

Catatan Perbaikan:

V-vi - Bab 1 → Bab 1 Pendahuluan

Pendahuluan

6 fresh graduate, teoretis

14-16 judul lampiran CAPITAL semua

17 Effeny (1989)

24 Ghozali 2018

Ningris 2019

26 Wijaya 2013

19 Sugiyono 2019

49 Batra 1996

McQuail 1989

+  
13  
pustaka

20 Safalindo 2019

Pungin 2005

21 Sugiono 2017

Tambahkan  
ke Daftar  
Pustaka

Kriyantono 2014

23 Sugiono 2016

Surabaya, Jullansyah 2015

Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

05/07/2024

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

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

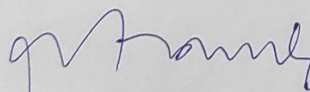
Nama : Syifauz Zahwa Awaliyah  
NIM : 11522000320  
Hari/ Tanggal Ujian : Kamis, 27 Juni 2024

Judul Skripsi : PENGARUH IKLAN TV PRODUK PT KENCANA MAJU BERSAMA TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU MAHASISWA FRESH GRADUATE (Studi pada lulusan periode gasal 2023 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

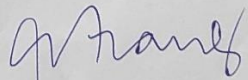
Catatan Perbaikan:

- Revisi Rumusan masalah - Bab 1
- Revisi Bab 2 → teori
- Revisi Bab 3 → metode
- Revisi Bab 4 → kesimpulan & saran

Surabaya, 9/7/2024  
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

  
A.A.I. PRIHANDARI SATWIKADEWI

Revisi dari Dosen Penguji,

  
A.A.I. Prihandari satwikadewi

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

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Syifauz Zahwa Awalyah  
NIM : 11522000320  
Hari/ Tanggal Ujian : Kamis, 27 Juni 2024

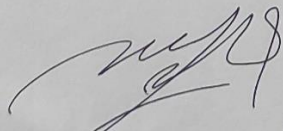
Judul Skripsi : PENGARUH IKLAN TV PRODUK PT KENCANA MAJU BERSAMA TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU MAHASISWA FRESH GRADUATE (Studi pada lulusan periode gasal 2023 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

Catatan Perbaikan:

- 1) Teori terapan iklan dikaitkan dengan perubahan perilaku
- 2) Kerangka dan indikator harus disesuaikan

Surabaya, ..... 21 Juli 2024  
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

  
Herlina K.

  
Herlina K.

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

## Lampiran 7. Hasil Turnitin



**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**LABORATORIUM OTONOMI DAERAH**  
Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

---

### SURAT KETERANGAN Nomor:739/K/LOD/VI/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini penanggung jawab Uji Turnitin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Moh. Dey Prayogo, S.I.Kom., M.I.Kom  
NPP : 20150220869

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Syifa'uz Zahwa Awaliyah  
NBI : 1152000320

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk Bab 1,4,5 skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%.

Surat Keterangan ini di berikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran ujian skripsi".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 23 Juni 2024

Mengetahui  
Kepala Lab. Otoda,



LABORATORIUM OTONOMI DAERAH  
ADMINISTRASI PURBA  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi



Moh. Dey Prayogo, S.I.Kom., M.I.Kom

Lampiran 6 1 Hasil Turnitin