

LAMPIRAN

Lampiran 1 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, 5931900 psw. 159 e-mail : fkip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Name : Elza Goulumada
 NBI : 1152008153
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Dosen Pembimbing I : Drs. Edy Sataryanto, M.I.Kom
 Dosen Pembimbing II : Fransisca Benedicta Awira Citra Paramita, S.I.Kom., M.Med.Kom
 Judul Skripsi : Pengaruh Konten Co-Branding Engo X JKT 48 ~~dan~~ ^{di} Instagram Terhadap Minat Beli Remaja di Kecamatan Cawakhan, Kota Surabaya 13/2/24

No.	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dosen 1	Paraf Dosen 2
1	5/3 ²⁴	Bab 1, 2 disempurnakan Buat bab 3	✍	
2	17/3 ²⁴	Bab 1, latar belakang masalah		✍
3	27/3 ²⁴	Bab 2. Lanjutan. Bab 3. Tjse.		✍
4	08/04 ²⁴	revisi bab 3		✍
5	23/04 ²⁴	Pera. Mnet Kwest.	✍	
6	24/04 ²⁴	ada Prognosis	✍	
7	28/05 ²⁴	Lanjutan analisis		✍
8	21/05 ²⁴	Lanjutan Bab Berak	✍	
9	03/06 ²⁴	Lanjutan Bab 4		✍
10	11/06 ²⁴	Lanjutan	✍	

Lampiran 2 Lembar Revisi Dosen Pembimbing

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Eliza Qouturnada
NIM : 1152000153
Hari/ Tanggal Ujian : Kamis, 27 Juni 2024
Judul Skripsi : Pengaruh Konten Co-Branding Erigo x JKT 48 di Instagram Terhadap Minat Beli Remaja di Kecamatan Sawahan Kota Surabaya

Catatan Perbaikan:

Uji autokorelasi di hilangkan

Surabaya, 08 - Juli - 2024
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,


Edy S


Edy S

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

Lampiran 3 Lembar Revisi Dosen Penguji 1

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Eliza Gouturnada
NIM : 1152000153
Hari/ Tanggal Ujian : Kamis, 27 Juni 2024
Judul Skripsi : Pengaruh Konten Co-Branding Erigo x JKT 48 di Instagram Terhadap Minat Beli Remaja di Kecamatan Sawahan Kota Surabaya

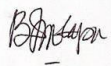
Catatan Perbaikan:

1. Rumusan masalah, tujuan, hipotesis belum sinkron
2. Konsep remaja. Menurut siapa, umur berapa. Beda dg populasi
3. Populasi belum ada remaja di Kec. Sawahan
4. LBM belum ada alasan kenapa pemilihan ini menarik

Surabaya, 3 Juli 2024
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,


BETA PUSPITANING A.

Revisi dari Dosen Penguji,


BETA PUSPITANING A.

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

Lampiran 4 Lembar Revisi Dosen Penguji 2

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Eliza Qouturnada
NIM : 1152000153
Hari/ Tanggal Ujian : Kamis, 27 Juni 2024
Judul Skripsi : Pengaruh Konten Co-Branding Erigo x JKT 48 di Instagram Terhadap Minat Beli Remaja di Kecamatan Sawahan Kota Surabaya

Catatan Perbaikan:

1. Rumusan Masalah & Tujuan harus sesuai
2. Tidak perlu pakai terpaan media

Surabaya, 4 Juli 2024
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

Irmasanthi
Irmasanthi Danadharta, MA

Irmasanthi
Irmasanthi Danadharta, MA

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

Lampiran 5 Draf Kuesioner

Draf Kuesioner :

1. Informasi Responden

- Nama
- Alamat
- Usia
- Jenis Kelamin

2. Instruksi Pengisian Kuesioner :

- Silakan pilih satu opsi yang paling sesuai dengan pandangan atau persepsi Anda untuk setiap pernyataan.
- Gunakan skala Likert dengan rentang nilai dari 1 hingga 5, di mana:
 - 5. Sangat Setuju
 - 4. Setuju
 - 3. Netral
 - 2. Tidak setuju
 - 1. Sangat Tidak Setuju

3. Silahkan isi semua pertanyaan

Jawaban tidak ada salah/benar. Segala informasi yang diberikan dalam kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya. Oleh karena itu, saya meminta kesediaan Saudara.i untuk meluangkan waktu mengisi seluruh pertanyaan dalam kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya dan teliti.

4. Konten Co-branding

- Kesadaran merek yang memadai

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Pada saat saya melihat Instagram Erigo, saya mengenal Erigo sebagai brand lokal pakaian asal Indonesia.					
2	Pada saat saya melihat Instagram Erigo, saya mengingat produk kolaborasi antara Erigo x JKT48.					
3	Saat saya ingin mencari informasi					

	brand lokal pakaian yang up to date, saya membuka Instagram official Erigo.					
--	---	--	--	--	--	--

● **Gabungan konten yang cukup kuat**

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saat saya membuka Instgaram, konten Erigo x JKT48 seringkali muncul di beranda saya.					
2	Pada saat saya melihat konten Erigo di Instagram, merek Erigo cukup dikenal masyarakat.					

● **Konten yang menguntungkan**

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Kolaborasi antara Erigo dengan JKT48 di Instgaram berhasil mendapat perhatian masyarakat.					
2	Saya lebih memperhatikan Instagram Erigo setelah berkolaborasi dengan JKT48 selama beberapa kali.					
3	Konten kolaborasi di Instagram antara Erigo dan JKT48 selalu seru dan ditunggu, seperti konten tour luar negeri yang sering dilakukan Erigo.					

● **Penggabungan konten yang unik**

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Penggabungan antara merek fashion Erigo dan grup idol JKT48 di Instagram merupakan kolaborasi yang unik.					
2	Kolaborasi antara Erigo dan JKT48 selalu menghasilkan produk eksklusif dengan design yang unik					
3	Saya merasa konten kolaborasi Erigo dan JKT48 memberi warna serta keunikan baru di Instagram official Erigo.					

● **Penilaian positif konsumen terhadap konten**

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya merasa pesan yang disampaikan dalam konten kolaborasi Erigo dan JKT48 di Instagram sangat jelas dan informatif.					
2	Saya merasa konten kolaborasi yang dilakukan Erigo dan JKT48 di Instagram sangat bervariasi, seperti konten promosi, tour, hingga photoshoot katalog. Sehingga audience tidak merasa bosan.					
3	Saya seringkali menyukai konten kolaborasi Erigo dan JKT48 di Instagram dengan memberikan like					

	dan komen.					
--	------------	--	--	--	--	--

● **Respon positif konsumen terhadap konten**

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya merasa senang saat melihat postingan konten Erigo x JKT48 di Instagram.					
2	Saya merasa nyaman melihat konten kolaborasi Erigo x JKT48 di feeds Instagram official Erigo.					

5. Minat Beli

● **Transaksional**

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya ingin membeli produk kolaborasi Erigo x JKT48 setelah menonton konten di Instagram official Erigo.					

● **Referensi**

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Setelah melihat konten kolaborasi Erigo x JKT48 di Instagram, saya mulai merekomendasikan produk-produk kolaborasi tersebut kepada orang terdekat saya.					
2	Saya membagikan informasi dari konten yang diunggah Erigo di					

	Instagram terkait kolaborasinya dengan JKT48 dengan fitur share.					
--	--	--	--	--	--	--

● **Preferensial**

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya lebih sering melihat konten kolaborasi Erigo x JKT48 di Instagram daripada konten kolaborasi merek lainnya.					
2	Saya hanya mengikuti kolaborasi brand lokal Erigo x JKT48 di Instagram.					
3	Konten kolaborasi Erigo x JKT48 menjadi pilihan saya karena penataan feedsnya cocok dengan selera saya.					

● **Eksploratif**

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya selalu mencari informasi tentang produk kolaborasi Erigo x JKT48 melalui konten-kontennya di Instagram sebelum membeli.					

Lampiran 6 Tabulasi Data Variabel X

Variabel Konten <i>Co-branding</i>																
Kesadaran Merek yang Memadai			Konten Gabungan yang Cukup Kuat		Konten Kolaborasi yang Menguntungkan			Penggabungan Konten yang Unik			Penilaian Positif Konsumen Terhadap Konten			Respon Positif Konsumen Terhadap Konten		Total
5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	66
5	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	4	4	59
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
5	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	70
5	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66
5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	77
5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	73
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	67
4	3	3	3	5	3	2	3	4	4	4	3	3	3	5	3	55
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
5	3	4	3	5	4	2	2	4	3	3	4	4	3	3	3	55
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
3	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	54
5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	62
3	3	3	2	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	47
4	3	4	2	5	3	2	3	3	3	4	4	3	2	3	4	52
3	3	4	2	3	3	4	3	3	2	3	2	2	3	2	3	45
4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3	63
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
5	4	2	3	4	5	3	5	5	4	5	3	4	2	4	4	62
5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	72
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	64
5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	78
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	67
4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	57
4	3	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	61
4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	54
5	1	3	2	5	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	39
5	4	3	3	4	4	3	3	4	3	5	4	4	3	3	3	58
5	5	4	5	5	5	3	4	4	5	3	4	4	5	4	5	70
4	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	51
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	59
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
5	2	3	1	4	3	2	3	4	4	4	3	4	3	3	4	52
5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	74
2	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	70
4	3	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	62
5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	5	3	4	4	67
4	4	4	3	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	64
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66
3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	56
4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	58

4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	62
4	4	3	3	5	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	58
4	5	3	5	3	5	4	5	5	4	3	4	5	4	4	3	66
5	3	3	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	64
4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	75
5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	53
5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	75
4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	56
4	2	3	1	4	2	2	3	3	4	3	3	3	2	3	3	45
5	4	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	58
5	3	5	4	5	4	2	4	4	4	5	4	5	3	4	4	65
4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	61
4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	58
4	4	5	3	5	4	3	4	5	4	4	5	4	3	3	4	64
4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	71
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	62
4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
5	3	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	65
4	4	5	4	5	3	3	4	4	4	5	4	3	3	5	4	64
5	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64

5	5	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	74
4	3	5	4	4	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	54
4	4	4	3	5	2	4	5	3	4	5	3	5	4	5	5	65
4	4	5	3	5	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	56
4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	67
5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	73
4	3	5	3	5	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	57
5	5	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	64
5	2	3	2	5	2	2	3	4	3	4	3	2	2	3	3	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
4	2	2	2	4	4	2	2	3	4	3	3	4	4	3	3	49
4	4	4	3	5	4	3	3	4	5	5	5	5	4	4	4	66
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	67
3	4	5	4	3	3	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	63
4	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	51

Lampiran 7 Tabulasi Data Variabel Y

Variabel Minat Beli							
Transaksional	Referensial		Preferensial			Eksploratif	Total
3	4	3	4	4	4	4	26
2	3	5	4	4	5	5	28
4	4	5	5	5	4	4	31
4	4	4	3	3	4	4	26
5	4	5	2	3	5	5	29
5	4	4	4	3	3	5	28
4	5	5	4	5	5	4	32
3	4	4	3	5	5	5	29
4	4	4	5	5	5	4	31
5	5	4	4	4	4	4	30
5	4	4	5	5	4	4	31
3	4	4	3	3	4	4	25
3	3	5	4	4	5	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
5	3	5	4	3	4	5	29
5	5	5	4	4	4	3	30

4	5	5	5	4	4	4	31
5	5	5	3	4	5	4	31
3	3	5	5	3	4	4	27
3	4	4	4	4	4	5	28
3	3	3	3	3	3	3	21
2	2	3	2	4	4	5	22
3	4	3	2	3	4	4	23
2	3	4	3	2	4	5	23
3	5	5	3	3	4	4	27
5	3	5	4	4	3	4	28
4	3	5	4	4	4	4	28
5	5	4	4	4	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	28
4	3	4	5	3	5	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	4	4	33
4	4	5	4	4	4	5	30
5	4	4	5	4	5	4	31
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	4	5	5	4	3	31

5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	4	3	5	4	31
3	5	4	3	4	5	3	27
3	4	3	4	3	5	5	27
3	3	3	3	3	3	4	22
3	3	3	5	4	4	5	27
3	2	4	5	5	4	4	27
4	4	3	4	4	3	4	26
4	5	5	4	4	5	4	31
4	5	3	3	4	4	5	28
3	3	3	4	4	3	4	24
5	5	5	5	3	3	5	31
3	4	4	3	4	4	5	27
5	5	5	4	4	4	5	32
4	3	4	5	3	4	4	27
4	4	4	3	3	4	4	26
4	3	4	4	4	4	5	28
4	4	4	4	4	4	4	28
3	4	4	4	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	28
4	3	3	2	5	5	4	26
4	3	4	3	4	4	4	26
3	4	4	4	4	4	5	28

4	4	4	4	3	3	5	27
3	3	3	4	3	3	3	22
4	3	3	4	4	3	5	26
4	4	3	3	4	4	5	27
4	4	3	3	3	4	4	25
3	3	3	5	5	5	4	28
4	4	3	5	4	4	5	29
5	5	5	3	4	3	4	29
2	3	4	3	3	4	4	23
3	3	3	4	3	4	5	25
4	4	4	4	2	4	5	27
3	3	3	5	5	5	3	27
3	3	3	3	4	4	3	23
4	3	3	3	5	4	4	26
4	4	4	3	4	4	4	27
4	3	3	4	4	4	5	27
4	4	4	4	4	4	4	28
3	4	4	4	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	28
3	5	5	4	5	4	4	30
4	3	5	5	3	4	3	27
5	4	4	4	4	4	4	29
5	3	4	2	5	5	4	28

3	4	5	5	3	4	4	28
4	3	4	4	5	3	3	26
3	5	4	3	3	5	5	28
4	4	4	4	4	4	3	27
4	2	3	5	4	5	4	27
3	3	3	3	5	3	4	24
4	3	4	3	3	4	3	24
4	3	3	5	4	4	5	28
5	5	5	5	5	5	5	35
2	5	4	3	4	4	4	26
3	4	3	4	3	5	5	27
4	4	3	4	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	28
3	4	4	4	4	4	3	26
5	3	2	5	5	3	5	28

Lampiran 8 Tabel Uji Validitas Variabel X

		Correlations			
		X14	X15	X16	TOTAL
X01	Pearson Correlation	.602 ^{**}	.600 ^{**}	.643 ^{**}	.719 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	43	43	43	43
X02	Pearson Correlation	.756 ^{**}	.711 ^{**}	.714 ^{**}	.868 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	43	43	43	43
X03	Pearson Correlation	.847 ^{**}	.626 ^{**}	.752 ^{**}	.809 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	43	43	43	43
X04	Pearson Correlation	.849 ^{**}	.753 ^{**}	.813 ^{**}	.901 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	43	43	43	43
X05	Pearson Correlation	.652 ^{**}	.687 ^{**}	.623 ^{**}	.766 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	43	43	43	43
X06	Pearson Correlation	.705 ^{**}	.751 ^{**}	.809 ^{**}	.846 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	43	43	43	43
X07	Pearson Correlation	.749 ^{**}	.539 ^{**}	.762 ^{**}	.801 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000

X08	N	43	43	43	43
	Pearson Correlation	.663 ^{**}	.733 ^{**}	.775 ^{**}	.851 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
X09	N	43	43	43	43
	Pearson Correlation	.575 ^{**}	.853 ^{**}	.709 ^{**}	.843 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
X10	N	43	43	43	43
	Pearson Correlation	.739 ^{**}	.810 ^{**}	.818 ^{**}	.893 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
X11	N	43	43	43	43
	Pearson Correlation	.688 ^{**}	.830 ^{**}	.797 ^{**}	.891 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
X12	N	43	43	43	43
	Pearson Correlation	.824 ^{**}	.721 ^{**}	.806 ^{**}	.899 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
X13	N	43	43	43	43
	Pearson Correlation	.778 ^{**}	.767 ^{**}	.860 ^{**}	.928 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
X14	N	43	43	43	43
	Pearson Correlation	1	.791 ^{**}	.851 ^{**}	.890 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
X15	N	43	43	43	43
	Pearson Correlation	.791 ^{**}	1	.806 ^{**}	.858 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
X16	N	43	43	43	43
	Pearson Correlation	.851 ^{**}	.806 ^{**}	1	.918 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
TOTAL	N	43	43	43	43
	Pearson Correlation	.890 ^{**}	.858 ^{**}	.918 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	

Lampiran 9 Tabel Uji Validitas Variabel Y

		Correlations							
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.750**	.740**	.807**	.783**	.809**	.859**	.886**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43
Y2	Pearson Correlation	.750**	1	.862**	.833**	.904**	.878**	.844**	.932**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43
Y3	Pearson Correlation	.740**	.862**	1	.812**	.866**	.861**	.821**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43
Y4	Pearson Correlation	.807**	.833**	.812**	1	.905**	.932**	.848**	.946**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43
Y5	Pearson Correlation	.783**	.904**	.866**	.905**	1	.859**	.795**	.943**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43
Y6	Pearson Correlation	.809**	.878**	.861**	.932**	.859**	1	.906**	.958**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43
Y7	Pearson Correlation	.859**	.844**	.821**	.848**	.795**	.906**	1	.930**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43
TOTAL	Pearson Correlation	.886**	.932**	.913**	.946**	.943**	.958**	.930**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	43	43	43	43	43	43	43	43

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

Lampiran 10 Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.972	7

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.975	.976	16

Lampiran 11 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardiz ed Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.21328423
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.064
	Negative	-.063
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

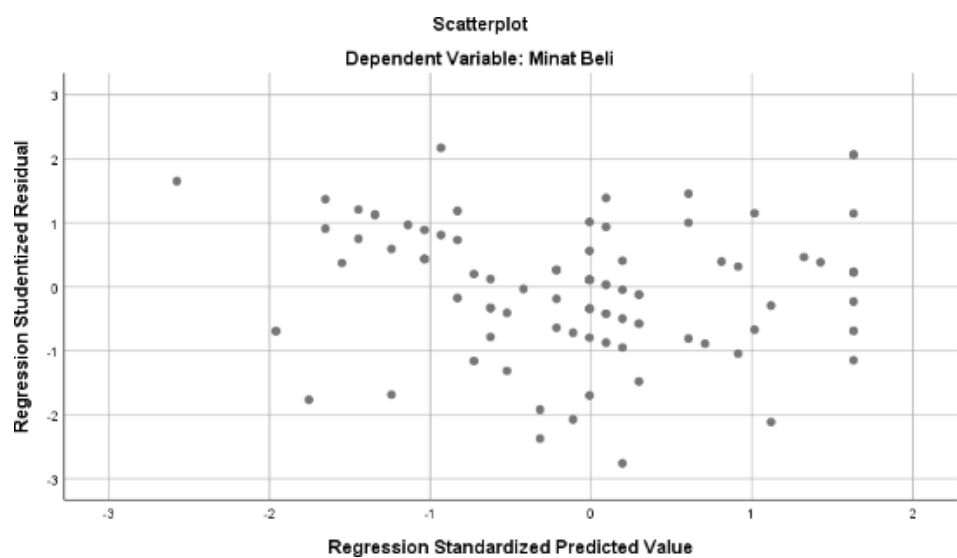
d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 12 Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Beli * Konten Co- branding	Between Groups	(Combined)	527.984	31	17.032	4.967	.000
		Linearity	276.196	1	276.196	80.546	.000
		Deviation from Linearity	251.788	30	8.393	2.448	.001
	Within Groups		233.176	68	3.429		
	Total		761.160	99			

Lampiran 13 Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 14 Uji Regresi Linier Sederhana

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	276.196	1	276.196	55.813	.000 ^b
	Residual	484.964	98	4.949		
	Total	761.160	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Konten Co-branding

Lampiran 15 Uji Parsial (t)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	16.792	1.488		.000
	Konten Co-branding	.171	.023	.602	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Lampiran 16 Uji Koefisien Determinan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.602 ^a	.363	.356	2.225
a. Predictors: (Constant), Konten Co-branding				

Lampiran 17 Hasil Turnitin

ORIGINALITY REPORT			
14%	13%	7%	8%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	www.coursehero.com Internet Source	3%	
2	repositori.usu.ac.id Internet Source	2%	
3	Submitted to Harrison High School Student Paper	1%	
4	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1%	
5	repository.upstegal.ac.id Internet Source	1%	
6	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%	
7	idr.uin-antasari.ac.id Internet Source	1%	
8	Gayoe Angger Arhofa, Sonja Andarini. "Pengaruh Influencer Marketing dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Apparel", Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2023 Publication	<1%	