

## **LAMPIRAN**

### **Lampiran 5.1 Kuesioner Penelitian**

Halo, teman-teman!

Nama saya Fanny Fernia, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Saat ini saya sedang menyusun skripsi dengan judul "**Pengaruh Terpaan Konten Jajanan Kaki Lima di TikTok terhadap Minat Beli Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**".

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana konten jajanan kaki lima di TikTok dapat mempengaruhi minat beli mahasiswa. Partisipasi teman-teman sangat penting bagi kesuksesan penelitian ini.

Kuesioner ini akan memakan waktu sekitar 10-15 menit untuk diisi. Semua jawaban yang Anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk keperluan akademik. Tidak ada jawaban yang benar atau salah, jadi saya mohon kejujuran dan keterbukaan teman-teman dalam menjawab setiap pertanyaan.

Bagi responden beruntung yang telah membantu dengan berpartisipasi dalam penelitian ini, akan ada hadiah berupa saldo Dana/Shopeepay!

Terima kasih banyak atas waktu dan partisipasi Anda. Jika Anda memiliki pertanyaan atau membutuhkan informasi lebih lanjut, jangan ragu untuk menghubungi saya di [fannyfernia@gmail.com]

Pilihlah salah satu jawaban yang telah disediakan pada pertanyaan yang terdapat pada kuisioner.

Adapun 5 (Lima) pilihan jawaban yang wajib diisi salah satu oleh responden sebagai berikut :

Sangat Setuju (SS) = Skor 5

Setuju (S) = Skor 4

Netral (KS) = Skor 3

Tidak Setuju (TS) = Skor 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = Skor 1

I. Data Responden

Nama :

Jenis kelamin :

Usia :

No. telp/WA :

II. Daftar Pertanyaan

a. Pertanyaan Variabel X

No	Pertanyaan	Bobot jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
<b>Variabel X</b>						
<b>Frekuensi</b>						
1.	Saya pengguna aktif aplikasi TikTok					
2.	Saya sering mengakses aplikasi TikTok					
3.	Saya mengakses aplikasi tiktok lebih dari sekali dalam sehari					

<b>Durasi</b>					
4.	Saya sering menonton konten TikTok tanpa jeda waktu yang panjang				
5.	Saya biasanya menghabiskan waktu lebih dari 30 menit untuk mengakses konten jajanan kaki lima di media sosial				
<b>Atensi</b>					
6.	Saya memberikan perhatian penuh atau fokus saat menonton konten TikTok jajanan kaki lima ?				
7.	saya menonton konten TikTok jajanan kaki lima dengan durasi lebih dari 10 menit sebelum saya beralih ke konten lain?				
8.	saya menonton konten TikTok jajanan kaki lima dengan durasi kurang dari 10 menit sebelum saya beralih ke konten lain?				
<b>Variabel Y</b>					
<b>Minat transaksional</b>					
9.	saya melakukan pembelian minimal 1 kali dalam sehari setelah melihat konten TikTok yang mengulas tentang jajanan kaki lima?				
10.	saya melakukan pembelian minimal 1 kali dalam seminggu setelah melihat konten TikTok yang mengulas tentang jajanan kaki lima?				
11.	saya melakukan pembelian minimal 1 kali dalam sebulan setelah melihat konten TikTok yang mengulas tentang jajanan kaki lima?	-			
12.	Saya merasa mendapat pengetahuan baru tentang jajanan kaki lima dari aplikasi tiktok	-			
<b>Minat referensial</b>					
13.	Dalam sehari saya membagikan 1 video TikTok jajanan kaki lima kepada teman-teman setelah melihat ulasan positif tentang konten tersebut?				
14.	Dalam sehari saya membagikan lebih dari 1 video TikTok jajanan kaki lima kepada teman-				

	teman setelah melihat ulasan positif tentang konten tersebut?					
<b>Minat preferensial</b>						
15.	Dalam sehari, minimal satu kali saya memilih untuk mengikuti atau menonton konten di TikTok tentang jajanan kaki lima."					
16.	Dalam sehari, lebih dari satu kali saya memilih untuk mengikuti atau menonton konten di TikTok mengenai jajanan kaki lima?					
<b>Minat Eksploratif</b>						
17.	saya cenderung membandingkan informasi atau ulasan dari berbagai sumber setelah melihat konten TikTok yang memberikan ulasan mendalam jajanan kaki lima?					
18.	Saya sering mencari informasi tambahan atau ulasan lain setelah melihat konten TikTok yang memberikan informasi detail tentang jajanan kaki lima?					

### Lampiran 5.2 Tabulasi Data

No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Total	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Total
1	4	4	4	3	4	3	4	4	30	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	35
2	4	4	4	4	4	4	3	4	31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	43
5	5	5	5	5	4	4	4	4	36	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
6	4	4	5	5	3	4	3	3	31	4	5	3	4	4	3	3	4	4	4	38
7	5	4	4	3	4	4	3	4	31	4	3	3	4	4	3	3	3	4	5	36
8	5	5	4	4	4	5	4	4	35	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	5	5	5	5	3	5	5	5	38	5	2	5	5	5	5	4	4	3	2	40
11	4	4	4	4	3	3	3	3	28	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	32
12	5	5	5	5	4	4	3	4	35	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	38
13	5	5	5	5	4	5	4	5	38	5	4	5	3	4	4	5	5	4	5	44
14	4	4	4	2	4	3	4	4	29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
16	4	5	4	5	4	5	4	4	35	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	45
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
18	4	4	5	3	4	4	3	3	30	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	40
19	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	4	4	4	4	3	4	4	4	31	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	45
21	5	5	5	5	3	2	4	4	33	4	2	3	5	4	4	4	4	4	4	38

No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Total	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Total
22	5	5	5	4	3	4	2	5	33	4	2	3	5	5	4	4	3	4	3	37
23	4	4	4	4	5	4	4	4	33	5	4	4	5	5	4	4	5	3	4	43
24	4	4	5	4	4	4	4	4	33	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	44
25	4	4	4	3	4	4	4	4	31	4	4	3	3	4	4	3	5	3	4	37
26	4	5	5	4	4	5	4	4	35	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	42
27	4	4	4	4	5	4	4	5	34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	4	4	3	3	3	3	3	3	26	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31
29	4	4	3	4	4	4	4	4	31	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	39
30	3	3	4	5	5	5	5	5	35	4	2	3	4	5	4	3	3	3	3	34
31	4	4	4	5	5	5	5	5	37	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
32	4	4	4	5	5	5	5	5	37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
34	5	4	5	1	5	4	4	5	33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
35	3	2	3	3	3	3	2	4	23	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	30
36	5	5	5	3	4	5	3	5	35	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	47
37	5	5	5	4	3	3	3	3	31	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	34
38	5	5	5	5	5	5	4	4	38	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
39	5	5	5	3	3	4	4	5	34	3	2	2	4	4	3	3	2	3	3	29
40	5	5	5	3	3	3	3	3	30	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	37
41	5	5	5	5	3	3	4	4	34	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	34
42	4	4	4	3	3	4	4	4	30	5	3	4	4	4	5	4	4	4	3	40
43	4	4	5	3	4	4	4	4	32	5	3	3	4	4	5	4	4	4	4	40
44	5	5	5	4	4	5	4	4	36	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	40

No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Total	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Total
45	4	3	3	2	3	4	2	3	24	3	3	2	2	3	4	2	4	4	4	31
46	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
47	5	5	5	4	3	5	2	4	33	5	5	4	4	5	5	4	4	5	3	44
48	5	5	5	4	4	3	3	4	33	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
49	5	3	4	4	4	4	4	4	32	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	43
50	5	5	4	4	4	3	3	3	31	4	3	2	2	2	3	1	2	3	3	25
51	5	5	5	5	5	5	4	5	39	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	48
52	5	5	5	5	4	4	3	3	34	5	3	4	4	4	4	5	4	4	3	40
53	5	5	3	3	1	5	5	5	32	5	1	3	3	5	5	5	5	3	4	39
54	5	5	5	5	5	4	3	3	35	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	46
55	5	4	4	2	4	4	3	3	29	4	2	3	4	5	5	5	4	4	5	41
56	5	5	5	4	5	4	4	5	37	4	5	4	3	5	4	3	5	4	4	41
57	5	4	3	4	2	2	4	4	28	3	1	2	4	3	3	4	3	2	1	26
58	3	3	3	2	2	2	2	3	20	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	27
59	3	3	4	3	4	3	3	4	27	5	5	3	5	5	5	3	3	4	2	40
60	4	4	4	4	4	2	2	5	29	4	4	3	3	3	4	2	4	2	3	32
61	5	5	5	5	4	4	3	4	35	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
62	5	5	5	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
63	4	5	5	4	5	4	5	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
64	5	5	5	5	4	3	3	3	33	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	32
65	4	4	4	4	1	2	2	2	23	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
66	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
67	4	4	4	2	3	5	3	3	28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30

No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Total	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Total
68	5	5	5	4	5	5	3	4	36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
69	4	4	4	3	4	3	3	3	28	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	35
70	5	5	5	3	4	3	3	3	31	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	34
71	4	5	5	4	4	3	3	4	32	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	37
72	4	4	3	4	4	4	3	2	28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
73	3	4	4	4	4	3	3	4	29	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	41
74	3	4	4	2	4	2	2	2	23	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	53
75	4	4	5	4	4	5	5	5	36	4	5	3	5	4	5	4	4	3	4	45
76	5	5	4	3	5	5	3	4	34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
77	4	4	3	4	4	4	4	4	31	5	4	4	4	3	3	4	4	4	3	42
78	5	5	5	4	4	4	4	4	35	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35
79	4	4	5	4	4	4	3	4	32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
80	5	5	5	4	4	3	3	3	32	5	2	3	4	4	4	2	3	5	3	39
81	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
82	2	3	2	2	2	4	2	4	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
83	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	41
84	5	5	5	5	5	4	4	4	37	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	40
85	4	4	3	3	4	3	3	2	26	5	3	3	4	4	3	4	4	4	4	42
86	5	4	5	3	4	2	4	4	31	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	38
87	4	4	4	4	3	3	3	4	29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
88	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	38
89	5	5	5	3	4	3	3	4	32	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	42
90	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44



No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Total	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Total
91	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	34
92	4	4	4	4	3	4	3	4	30	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
93	4	5	5	5	5	3	3	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
94	5	5	5	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
95	4	3	3	4	4	3	S	3	24	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	32
96	5	5	5	5	5	5	5	5	40	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
97	5	5	5	5	3	2	3	3	31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
98	4	4	4	4	4	3	3	3	29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
99	5	5	5	4	3	4	3	4	33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
100	5	5	5	2	2	3	3	3	28	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	35

## Lampiran 5.3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas

### a. Uji Validitas dan Uji Reabilitas Variabel X

[DataSet0]

		Correlations								
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Total_X
X1	Pearson Correlation	1	.896**	.783**	.603**	.397*	.383*	.397*	.783**	.804**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.030	.037	.030	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.896**	1	.866**	.590**	.440*	.403*	.440*	.866**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.015	.027	.015	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.783**	.866**	1	.626**	.421*	.427*	.421*	1.000**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.020	.019	.020	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	.603**	.590**	.626**	1	.534**	.402*	.534**	.626**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.002	.028	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	.397*	.440*	.421*	.534**	1	.813**	1.000**	.421*	.786**
	Sig. (2-tailed)	.030	.015	.020	.002		.000	.000	.020	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X6	Pearson Correlation	.383*	.403*	.427*	.402*	.813**	1	.813**	.427*	.724**
	Sig. (2-tailed)	.037	.027	.019	.028	.000		.000	.019	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X7	Pearson Correlation	.397*	.440*	.421*	.534**	1.000**	.813**	1	.421*	.786**
	Sig. (2-tailed)	.030	.015	.020	.002	.000	.000		.020	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X8	Pearson Correlation	.783**	.866**	1.000**	.626**	.421*	.427*	.421*	1	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.020	.019	.020		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_X	Pearson Correlation	.804**	.847**	.856**	.778**	.786**	.724**	.786**	.856**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.920	8

## b. Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas Minat Beli (Y)


		Correlations										
		Y1_1	Y2_2	Y3_3	Y4_4	Y5_5	Y6_6	Y7_7	Y8_8	Y9_9	Y10_10	Total_Y
Y1_1	Pearson Correlation	1	.382*	.690**	.607**	.472**	.571**	.419*	.643**	.647**	.448*	.807**
	Sig. (2-tailed)		.037	.000	.000	.008	.001	.021	.000	.000	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2_2	Pearson Correlation	.382*	1	.301	.543**	.145	.329	.209	.211	.672**	.616**	.622**
	Sig. (2-tailed)	.037		.106	.002	.445	.076	.268	.263	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3_3	Pearson Correlation	.690**	.301	1	.668**	.548**	.430*	.356	.391*	.386*	.263	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000	.106		.000	.002	.018	.053	.033	.035	.160	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4_4	Pearson Correlation	.607**	.543**	.668**	1	.341	.500**	.365*	.181	.625**	.397*	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000		.066	.005	.047	.338	.000	.030	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5_5	Pearson Correlation	.472**	.145	.548**	.341	1	.540**	.408*	.511**	.237	.262	.599**
	Sig. (2-tailed)	.008	.445	.002	.066		.002	.025	.004	.207	.162	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6_6	Pearson Correlation	.571**	.329	.430*	.500**	.540**	1	.808**	.515**	.536**	.577**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.001	.076	.018	.005	.002		.000	.004	.002	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7_7	Pearson Correlation	.419*	.209	.356	.365*	.408*	.808**	1	.390*	.404*	.440*	.688**
	Sig. (2-tailed)	.021	.268	.053	.047	.025	.000		.033	.027	.015	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y8_8	Pearson Correlation	.643**	.211	.391*	.181	.511**	.515**	.390*	1	.494**	.538**	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000	.263	.033	.338	.004	.004	.033		.006	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y9_9	Pearson Correlation	.647**	.672**	.386*	.625**	.237	.536**	.404*	.494**	1	.728**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.035	.000	.207	.002	.027	.006		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y10_10	Pearson Correlation	.448*	.616**	.263	.397*	.262	.577**	.440*	.538**	.728**	1	.745**
	Sig. (2-tailed)	.013	.000	.160	.030	.162	.001	.015	.002	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	.807**	.622**	.683**	.726**	.599**	.819**	.688**	.670**	.810**	.745**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	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).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.893	10

## Lampiran 5.4 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 : Fanny Femia  
 NBI : 1152000133  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Dosen Pembimbing I : Dr. Hamim, S.Sos., M.I.Kom  
 Dosen Pembimbing II : Maulana Anief, S.Sos., M.I.Kom  
 Judul Skripsi : Persepsi Mahasiswa di Surabaya tentang Pengaruh Konten Video Tiktok Wisata Kuliner terhadap Gaya Hidup Gen Z

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1.		-fokus objek.	<i>[Signature]</i>	
2.	13/03 <sup>24</sup>	-fokus objek		<i>[Signature]</i>
3.		Teori & Revisi.	<i>[Signature]</i>	
4.	20/03 <sup>24</sup>	Penentuan Judul		<i>[Signature]</i>
5.	23/04 <sup>24</sup>	Teori & kerangka berpikir		<i>[Signature]</i>
6.		Ace Progress	<i>[Signature]</i>	
7.		Revisi.	<i>[Signature]</i>	
8.	22/05 <sup>24</sup>	Teori		<i>[Signature]</i>
9.	03/06 <sup>24</sup>	Beleja	<i>[Signature]</i>	
10.	19/06 <sup>24</sup>	Revisi Bab 4		<i>[Signature]</i>





**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:749/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 : Fanny Fernia  
NBI : 1152000133

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. Otonomi

  
ADM.NISTRAS. PUBLIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA  
**Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP**

PIC Uji Plagiasi

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

## Bab 1,4,5 Fanny

### ORIGINALITY REPORT

**18%**

SIMILARITY INDEX

**17%**

INTERNET SOURCES

**10%**

PUBLICATIONS

**8%**

STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>repository.ub.ac.id</b> Internet Source	<b>3%</b>
<b>2</b>	<b>jurnal.radenwijaya.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>idr.uin-antasari.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>digilibadmin.unismuh.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>jurnalpost.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>repository.um-surabaya.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>eprints.walisongo.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>123dok.com</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>9</b>	<b>eprints.undip.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>

10	<a href="http://digilib.uinsby.ac.id">digilib.uinsby.ac.id</a> Internet Source	<1 %
11	<a href="http://www.journal.bungabangsacirebon.ac.id">www.journal.bungabangsacirebon.ac.id</a> Internet Source	<1 %
12	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
13	<b>Selfia Alkemega, M. Fikri Ramadhan.</b> <b>"Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung)", Jurnal EMT KITA, 2023</b> Publication	<1 %
14	<a href="http://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id">openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id</a> Internet Source	<1 %
15	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	<1 %
16	<b>Submitted to Universitas Putera Batam</b> Student Paper	<1 %
17	<b>Submitted to Universitas Jambi</b> Student Paper	<1 %
18	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	<1 %
19	<a href="http://inespratiwi.blogspot.com">inespratiwi.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %



20	<a href="https://download.garuda.ristekdikti.go.id">download.garuda.ristekdikti.go.id</a> Internet Source	<1 %
21	<a href="https://repository.stp-bandung.ac.id">repository.stp-bandung.ac.id</a> Internet Source	<1 %
22	Laras Tri Ayu. "Pengaruh Brand Ambassador BTS (Bangtan Boys) dan E-Trust terhadap Minat Beli", Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2022 Publication	<1 %
23	Randy Hermawan Saputra, Warhi Pandapotan Rambe, Mohammad Solihin. "PENGARUH TERPAAN IKLAN YOUTUBE SHOPEE TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNRIYO", MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2022 Publication	<1 %
24	Submitted to School of Business and Management ITB Student Paper	<1 %
25	Submitted to Universitas Siswa Bangsa Internasional Student Paper	<1 %
26	<a href="https://ejournal.unhi.ac.id">ejournal.unhi.ac.id</a> Internet Source	<1 %
27	<a href="https://eprints.uny.ac.id">eprints.uny.ac.id</a> Internet Source	<1 %

28	<a href="http://moam.info">moam.info</a> Internet Source	<1 %
29	<a href="http://docobook.com">docobook.com</a> Internet Source	<1 %
30	<a href="http://jurnal.iainwpancor.ac.id">jurnal.iainwpancor.ac.id</a> Internet Source	<1 %
31	<a href="http://jurnal.untag-sby.ac.id">jurnal.untag-sby.ac.id</a> Internet Source	<1 %
32	<a href="http://perpusteknik.com">perpusteknik.com</a> Internet Source	<1 %
33	<a href="http://repository.dinamika.ac.id">repository.dinamika.ac.id</a> Internet Source	<1 %
34	<a href="http://toffeedev.com">toffeedev.com</a> Internet Source	<1 %
35	Yogi Kosmanto, Rohidin Mersyah, Bieng Brata. "STRATEGI PENGELOLAAN SAMPAH DI TEMPAT PEMBUANGAN AKHIR (TPA) KABUPATEN BENGKULU SELATAN", Naturalis: Jurnal Penelitian Pengelolaan Sumber Daya Alam dan Lingkungan, 2018 Publication	<1 %
36	<a href="http://conference.untag-sby.ac.id">conference.untag-sby.ac.id</a> Internet Source	<1 %
37	<a href="http://ebyudhoyono.files.wordpress.com">ebyudhoyono.files.wordpress.com</a> Internet Source	<1 %

38	<a href="http://ecampus.iainbatusangkar.ac.id">ecampus.iainbatusangkar.ac.id</a> Internet Source	<1 %
39	<a href="http://openjournal.unpam.ac.id">openjournal.unpam.ac.id</a> Internet Source	<1 %
40	<a href="http://repository.untag-sby.ac.id">repository.untag-sby.ac.id</a> Internet Source	<1 %
41	<a href="http://scholar.unand.ac.id">scholar.unand.ac.id</a> Internet Source	<1 %
42	<a href="http://text-id.123dok.com">text-id.123dok.com</a> Internet Source	<1 %
43	<a href="http://xxwdf0.stikescirebon.com">xxwdf0.stikescirebon.com</a> Internet Source	<1 %
44	Abdul Lathif, Mohamad Syahriar Sugandi. "Motif dan Kepuasan Penggunaan Website Informasi Berbasis User Generated Content (UGC) Pada Website Zomato.com", Performance, 2020 Publication	<1 %
45	Ahmad Fauzan, Abdul Rohman. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SEPEDA MOTOR KAWASAKI", Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 2020 Publication	<1 %
46	Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Student Paper	<1 %

47	<b>Submitted to Universitas Diponegoro</b> Student Paper	<1 %
48	<b>autotekno.sindonews.com</b> Internet Source	<1 %
49	<b>duniarana.home.blog</b> Internet Source	<1 %
50	<b>geograf.id</b> Internet Source	<1 %
51	<b>journal.yrpiiku.com</b> Internet Source	<1 %
52	<b>jurnal.iaii.or.id</b> Internet Source	<1 %
53	<b>lib.ibs.ac.id</b> Internet Source	<1 %
54	<b>media.neliti.com</b> Internet Source	<1 %
55	<b>publikasi.mercubuana.ac.id</b> Internet Source	<1 %
56	<b>repositori.umsu.ac.id</b> Internet Source	<1 %
57	<b>repository.uinjkt.ac.id</b> Internet Source	<1 %
58	<b>repository.urecol.org</b> Internet Source	<1 %

59	<a href="http://repository.usd.ac.id">repository.usd.ac.id</a> Internet Source	<1 %
60	<a href="http://unsri.portalgaruda.org">unsri.portalgaruda.org</a> Internet Source	<1 %
61	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Internet Source	<1 %
62	<a href="http://www.perumnasyogya.com">www.perumnasyogya.com</a> Internet Source	<1 %
63	<a href="http://www.unwahas.ac.id">www.unwahas.ac.id</a> Internet Source	<1 %
64	<a href="http://lib.ui.ac.id">lib.ui.ac.id</a> Internet Source	<1 %
65	<b>Karnila Ali. "PENGARUH PELAYANAN DAN DAYA TARIK PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH KREDIT UMUM BANK EKA BUMI ARTHA KOTA METRO", FIDUSIA : JURNAL KEUANGAN DAN PERBANKAN, 2018</b> Publication	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off