

LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Pernyataan Kuesioner

PENELITIAN SKRIPSI
Pengaruh Terpaan Promosi *Online* Instagram terhadap Loyalitas
Konsumen pada “Sambal Bu Rudy” (Survei Pada Followers Instagram
@pusol.burudy)
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Assalamualaikum Wr. Wb

Shalom, Om Swastiastu, Namu Buddhaya, Salam Kebajikan bagi kita semua

Perkenalkan nama saya Gantari Shafa, Mahasiswa dari Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi untuk memenuhi tugas akhir saya sebagai salah satu syarat kelulusan.

Adapun kriteria untuk menjadi responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Follower Instagram @pusol.burudy
2. Pernah membeli Sambal Bu Rudy lebih dari 1x

Penelitian ini dilakukan hanya untuk keperluan akademik dan tidak memiliki tujuan komersial. Data yang diberikan oleh saudara/i akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk mendukung penyusunan skripsi ini.

Saya mengharapkan ketersediaan saudara/i untuk menjadi responden dalam survei yang saya lakukan dan mengisi dengan sejujurnya tanpa ada manipulasi data.

Atas ketersediaan saudara/i yang telah meluangkan waktu untuk mengisi survei ini, saya ucapkan terima kasih.

1. Jenis Kelamin

- Laki-laki
 Perempuan

2. Usia

- Dibawah 18 tahun 18-24 tahun
 25-34 tahun 35-44 tahun
 45 tahun ke atas

3. Domisili

- Surabaya
- Jakarta
- Bandung
- Malang
- Sidoarjo

4. Apakah Anda mem-follow akun Instagram @pusol.burudy ?

- Ya
- Tidak

5. Apakah Anda pernah membeli produk Sambal Bu Rudy ?

- Ya
- Tidak

6. Jenis Sambal yang Sering Dibeli

- Sambal Bawang
- Sambal Ijo
- Sambal Bajak
- Sambal Petis

Jika jawaban Anda pernah membeli Sambal Bu Rudy, silakan melanjutkan pertanyaan berikutnya.

Berilah tanda (√) seberapa besar tingkat persetujuan Anda terhadap pernyataan- pernyataan berikut. Jawaban yang tersedia antara 1- 4, yang memiliki arti:

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Setuju (S)
- 4 = Sangat Setuju (SS)

1. Frekuensi (X1)

No	Keterangan	STS	TS	S	SS
1	Saya sering melihat tujuan iklan produk Sambal Bu Rudy di Story Instagram @pusol.burudy.				
2	Saya sering melihat tujuan iklan produk Sambal Bu Rudy di Feed Instagram @pusol.burudy.				
3	Saya sering melihat tujuan iklan produk Sambal Bu Rudy di Reels Instagram @pusol.burudy.				
4	Saya sering melihat pesan dalam konten iklan produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy.				
5	Saya sering melihat iklan @pusol.burudy produk Sambal Bu Rudy menggunakan fitur-fitur Instagram.				
6	Saya sering melihat promosi produk Sambal Bu Rudy di Story Instagram @pusol.burudy.				
7	Saya sering melihat promosi produk Sambal Bu Rudy di Feed Instagram @pusol.burudy.				

8	Saya sering melihat promosi produk Sambal Bu Rudy di Reels Instagram @pusol.burudy.				
9	Saya sering melihat promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy yang berkualitas.				
10	Saya sering melihat promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy yang dilakukan berkali-kali.				
11	Saya sering melihat promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy dilakukan pada waktu yang tepat.				
12	Saya sering melihat promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan.				

2. Atensi (X2)

No	Keterangan	STS	TS	S	SS
1	Saya memperhatikan tujuan iklan produk Sambal Bu Rudy di Story Instagram @pusol.burudy.				
2	Saya memperhatikan tujuan iklan produk Sambal Bu Rudy di Feed Instagram @pusol.burudy.				
3	Saya memperhatikan tujuan iklan produk Sambal Bu Rudy di Reels Instagram @pusol.burudy.				
4	Saya memperhatikan pesan dalam konten iklan produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy.				
5	Saya memperhatikan iklan @pusol.burudy produk Sambal Bu Rudy yang menggunakan fitur-fitur Instagram.				
6	Saya sering memperhatikan promosi produk Sambal Bu Rudy di Story Instagram @pusol.burudy.				
7	Saya sering memperhatikan promosi produk Sambal Bu Rudy di Feed Instagram @pusol.burudy.				
8	Saya sering memperhatikan promosi produk Sambal Bu Rudy di Reels Instagram @pusol.burudy.				
9	Saya memperhatikan promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy yang berkualitas.				
10	Saya memperhatikan promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy yang dilakukan berkali-kali.				
11	Saya memperhatikan promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy dilakukan pada waktu yang tepat.				

12	Saya memperhatikan promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan.				
----	--	--	--	--	--

3. Durasi (X3)

No	Keterangan	STS	TS	S	SS
1	Saya menghabiskan waktu untuk memahami tujuan iklan produk Sambal Bu Rudy di Story Instagram @pusol.burudy.				
2	Saya menghabiskan waktu untuk memahami tujuan iklan produk Sambal Bu Rudy di Feed Instagram @pusol.burudy.				
3	Saya menghabiskan waktu untuk memahami tujuan iklan produk Sambal Bu Rudy di Reels Instagram @pusol.burudy.				
4	Saya menghabiskan waktu untuk memahami pesan dalam konten iklan produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy.				
5	Saya menghabiskan waktu untuk memahami iklan @pusol.burudy produk Sambal Bu Rudy yang menggunakan fitur-fitur Instagram.				
6	Saya sering menghabiskan waktu untuk memahami promosi produk Sambal Bu Rudy di Story Instagram @pusol.burudy.				
7	Saya sering menghabiskan waktu untuk memahami promosi produk Sambal Bu Rudy di Feed Instagram @pusol.burudy.				
8	Saya sering menghabiskan waktu untuk memahami promosi produk Sambal Bu Rudy di Reels Instagram @pusol.burudy.				
9	Saya menghabiskan waktu untuk memahami promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy yang berkualitas.				
10	Saya menghabiskan waktu untuk memahami promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy yang dilakukan berkali-kali.				
11	Saya menghabiskan waktu untuk memahami promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy dilakukan pada waktu yang tepat.				
12	Saya menghabiskan waktu untuk memahami promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy tepat sasaran sesuai dengan				

	kebutuhan.			
--	------------	--	--	--

Lampiran 1.2 Tampilan Kuesioner

PENGARUH TERPAAN PROMOSI ONLINE INSTAGRAM TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA SAMBAL BU RUDY (Survei Pada Followers Instagram @pusol.burudy)

Assalamualaikum Wr. Wb

Shalom, Om Swastiastu, Namu Buddhaya, Salam Kebajikan bagi kita semua

Perkenalkan nama saya Gantari Shefa, Mahasiswa dari Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi untuk memenuhi tugas akhir saya sebagai salah satu syarat kelulusan.

Adapun kriteria untuk menjadi responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Follower Instagram @pusol.burudy
2. Pernah membeli Sambal Bu Rudy lebih dari 1x

Penelitian ini dilakukan hanya untuk keperluan akademik dan tidak memiliki tujuan komersial. Data yang diberikan oleh saudara/i akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk mendukung penyusunan skripsi ini.

Saya mengharapkan ketersediaan saudara/i untuk menjadi responden dalam survei yang saya lakukan dan mengisi dengan sejujurnya tanpa ada manipulasi data.

Atas tersedianya saudara/i yang telah meluangkan waktu untuk mengisi survei ini, saya ucapkan terima kasih.

aerogantarihafaspace@gmail.com [Switch account](#)

Not shared

* Indicates required question

A. FREKUENSI (Tingkat Keseringan Melihat Konten Instagram @pusol.burudy)

Periklanan & Promosi Penjualan @pusol.burudy (1/3)

1. Saya sering melihat tujuan iklan produk Sambal Bu Rudy di Story Instagram @pusol.burudy. *

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju

2. Saya sering melihat tujuan iklan produk Sambal Bu Rudy di Feed Instagram @pusol.burudy. *

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju

3. Saya sering melihat tujuan iklan produk Sambal Bu Rudy di Reels Instagram @pusol.burudy. *

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju

4. Saya sering melihat pesan dalam konten iklan produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy. *

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju

Apakah Anda mem-follow akun Instagram @pusol.burudy ? *

- Ya

Apakah Anda pernah membeli produk Sambal Bu Rudy ? *

- Ya

Apa produk Sambal Bu Rudy yang sering Anda beli ? *

- Sambal Bawang
- Sambal Ijo
- Sambal Bajak
- Sambal Petis
- Other: _____

Jika jawaban Anda pernah membeli Sambal Bu Rudy, silakan melanjutkan pertanyaan berikutnya *

- Ya

5. Saya sering melihat iklan @pusol.burudy produk Sambal Bu Rudy menggunakan fitur-fitur Instagram. *

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju

6. Saya sering melihat promosi produk Sambal Bu Rudy di Story Instagram @pusol.burudy. *

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju

7. Saya sering melihat promosi produk Sambal Bu Rudy di Feed Instagram @pusol.burudy. *

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju

8. Saya sering melihat promosi produk Sambal Bu Rudy di Reels Instagram @pusol.burudy. *

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Setuju
- Sangat Setuju

9. Saya sering melihat promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy yang berkualitas. *

9. Saya sering melihat promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy yang berkualitas. *

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Setuju

Sangat Setuju

10. Saya sering melihat promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy yang dilakukan berkali-kali. *

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Setuju

Sangat Setuju

11. Saya sering melihat promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy dilakukan pada waktu yang tepat. *

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Setuju

Sangat Setuju

12. Saya sering melihat promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan. *

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Setuju

Sangat Setuju

[Back](#) [Next](#) [Clear form](#)

17. Saya memperhatikan iklan @pusol.burudy produk Sambal Bu Rudy yang menggunakan fitur-fitur Instagram. *

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Setuju

Sangat Setuju

18. Saya sering memperhatikan promosi produk Sambal Bu Rudy di Story Instagram @pusol.burudy. *

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Setuju

Sangat Setuju

19. Saya sering memperhatikan promosi produk Sambal Bu Rudy di Feed Instagram @pusol.burudy. *

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Setuju

Sangat Setuju

20. Saya sering memperhatikan promosi produk Sambal Bu Rudy di Reels Instagram @pusol.burudy. *

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Setuju

Sangat Setuju

B. ATENSI (Tingkat Perhatian Tentang Pesan Yang Diterima)

Periklanan & Promosi Penjualan @pusol.burudy (2/3)

13. Saya memperhatikan tujuan iklan produk Sambal Bu Rudy di Story Instagram @pusol.burudy. *

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Setuju

Sangat Setuju

14. Saya memperhatikan tujuan iklan produk Sambal Bu Rudy di Feed Instagram @pusol.burudy. *

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Setuju

Sangat Setuju

15. Saya memperhatikan tujuan iklan produk Sambal Bu Rudy di Reels Instagram @pusol.burudy. *

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Setuju

Sangat Setuju

16. Saya memperhatikan pesan dalam konten iklan produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy. *

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Setuju

21. Saya memperhatikan promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy yang berkualitas. *

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Setuju

Sangat Setuju

22. Saya memperhatikan promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy yang dilakukan berkali-kali. *

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Setuju

Sangat Setuju

23. Saya memperhatikan promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy dilakukan pada waktu yang tepat. *

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Setuju

Sangat Setuju

24. Saya memperhatikan promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan. *

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Setuju

Sangat Setuju

[Back](#) [Next](#) [Clear form](#)

C. DURASI (Lama Waktu Yang Dhabiskan Audiens Melihat Isi Konten)

Periklanan & Promosi Penjualan @pusol.burudy (2/2)

25. Saya menghabiskan waktu untuk memahami tujuan iklan produk Sambal Bu Rudy di Story Instagram @pusol.burudy. *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Setuju
 Sangat Setuju

26. Saya menghabiskan waktu untuk memahami tujuan iklan produk Sambal Bu Rudy di Feed Instagram @pusol.burudy. *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Setuju
 Sangat Setuju

27. Saya menghabiskan waktu untuk memahami tujuan iklan produk Sambal Bu Rudy di Reels Instagram @pusol.burudy. *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Setuju
 Sangat Setuju

28. Saya menghabiskan waktu untuk memahami pesan dalam konten iklan produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy. *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Setuju

29. Saya menghabiskan waktu untuk memahami promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy yang berkualitas. *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Setuju
 Sangat Setuju

34. Saya menghabiskan waktu untuk memahami promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy yang dilakukan berkali-kali. *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Setuju
 Sangat Setuju

35. Saya menghabiskan waktu untuk memahami promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy dilakukan pada waktu yang tepat. *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Setuju
 Sangat Setuju

36. Saya menghabiskan waktu untuk memahami promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan. *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Setuju
 Sangat Setuju

[Back](#) [Next](#) [Clear form](#)

29. Saya menghabiskan waktu untuk memahami iklan @pusol.burudy produk Sambal Bu Rudy yang menggunakan fitur-fitur Instagram. *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Setuju
 Sangat Setuju

30. Saya sering menghabiskan waktu untuk memahami promosi produk Sambal Bu Rudy di Story Instagram @pusol.burudy. *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Setuju
 Sangat Setuju

31. Saya sering menghabiskan waktu untuk memahami promosi produk Sambal Bu Rudy di Feed Instagram @pusol.burudy. *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Setuju
 Sangat Setuju

22. Saya sering menghabiskan waktu untuk memahami promosi produk Sambal Bu Rudy di Reels Instagram @pusol.burudy. *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Setuju
 Sangat Setuju

33. Saya menghabiskan waktu untuk memahami promosi produk Sambal Bu Rudy di Instagram @pusol.burudy yang berkualitas. *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Setuju
 Sangat Setuju

Variabel Y (Loyalitas Konsumen)

37. Saya sering membeli produk Sambal Bu Rudy setelah memahami iklan dan promosi di Instagram @pusol.burudy. *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Setuju
 Sangat Setuju

38. Saya merekomendasikan produk Sambal Bu Rudy kepada orang lain setelah membeli dari iklan dan promosi di Instagram @pusol.burudy. *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Setuju
 Sangat Setuju

29. Saya merekomendasikan produk Sambal Bu Rudy kepada orang lain setelah membeli dari iklan dan promosi di Instagram @pusol.burudy. *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Setuju
 Sangat Setuju

[Back](#) [Next](#) [Clear form](#)

Lampiran 1.3 Output SPSS Deskripsi Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	28	28,0	28,0	28,0
	Perempuan	72	72,0	72,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-24 tahun	56	56,0	56,0	56,0
	25-34 tahun	23	23,0	23,0	79,0
	35-44	11	11,0	11,0	90,0
	45 tahun ke atas	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Domisili

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Surabaya	78	78,0	78,0	78,0
	Pasuruan	1	1,0	1,0	79,0
	Sidoarjo	8	8,0	8,0	87,0
	Malang	5	5,0	5,0	92,0
	Jakarta	8	8,0	8,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Lampiran 1.4 Output SPSS Uji Validitas

• Uji Validitas Variabel Frekuensi (X1)

Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Tot_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.693**	.566**	.391**	.381**	.300**	.510**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.693**	1	.738**	.457**	.526**	.474**	.636**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.566**	.738**	1	.548**	.569**	.563**	.659**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.391**	.457**	.548**	1	.713**	.664**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.381**	.526**	.569**	.713**	1	.878**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.300**	.474**	.563**	.664**	.878**	1	.848**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Tot_X1	Pearson Correlation	.510**	.636**	.659**	.745**	.862**	.848**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Correlations								
		X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	Tot_X1
X1.7	Pearson Correlation	1	.746**	.722**	.590**	.353**	.329**	.811**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.746**	1	.792**	.668**	.429**	.418**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	.722**	.792**	1	.736**	.508**	.445**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.10	Pearson Correlation	.590**	.668**	.736**	1	.643**	.562**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.11	Pearson Correlation	.353**	.429**	.508**	.643**	1	.790**	.633**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.12	Pearson Correlation	.329**	.418**	.445**	.562**	.790**	1	.567**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Tot_X1	Pearson Correlation	.811**	.810**	.793**	.768**	.633**	.567**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

- Uji Validitas Variabel Atensi (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Tot_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.568**	.391**	.303**	.206*	.228*	.430**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.040	.022	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.568**	1	.780**	.591**	.482**	.447**	.629**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.391**	.780**	1	.723**	.638**	.534**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.303**	.591**	.723**	1	.806**	.703**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.206*	.482**	.638**	.806**	1	.861**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.040	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.228*	.447**	.534**	.703**	.861**	1	.788**
	Sig. (2-tailed)	.022	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Tot_X2	Pearson Correlation	.430**	.629**	.713**	.821**	.802**	.788**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	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).

		Correlations						
		X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	Tot_X2
X2.7	Pearson Correlation	1	.824**	.514**	.439**	.370**	.303**	.780**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	.824**	1	.585**	.487**	.416**	.342**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	.514**	.585**	1	.618**	.585**	.624**	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	.439**	.487**	.618**	1	.576**	.543**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.11	Pearson Correlation	.370**	.416**	.585**	.576**	1	.684**	.633**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.12	Pearson Correlation	.303**	.342**	.624**	.543**	.684**	1	.581**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Tot_X2	Pearson Correlation	.780**	.763**	.710**	.719**	.633**	.581**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

- Uji Validitas Variabel Durasi (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Tot X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.576**	.397**	.380**	.344**	.323**	.622**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.576**	1	.774**	.637**	.496**	.468**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.397**	.774**	1	.638**	.499**	.464**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.380**	.637**	.638**	1	.751**	.598**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.344**	.496**	.499**	.751**	1	.735**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.323**	.468**	.464**	.598**	.735**	1	.737**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Tot_X3	Pearson Correlation	.622**	.716**	.708**	.679**	.713**	.737**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11	X3.12	Tot X3
X3.7	Pearson Correlation	1	.714**	.533**	.349**	.405**	.348**	.723**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.8	Pearson Correlation	.714**	1	.579**	.326**	.441**	.536**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.9	Pearson Correlation	.533**	.579**	1	.533**	.383**	.491**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.10	Pearson Correlation	.349**	.326**	.533**	1	.514**	.488**	.631**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.11	Pearson Correlation	.405**	.441**	.383**	.514**	1	.652**	.624**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.12	Pearson Correlation	.348**	.536**	.491**	.488**	.652**	1	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Tot_X3	Pearson Correlation	.723**	.714**	.674**	.631**	.624**	.696**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

- **Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y)**

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Tot_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.768**	.567**	.866**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.768**	1	.757**	.941**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.567**	.757**	1	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Tot_Y	Pearson Correlation	.866**	.941**	.874**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Lampiran 1.5 Output SPSS Uji Reabilitas

- **Uji Reabilitas Variabel Frekuensi (X1)**

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.919	12

- **Uji Reabilitas Variabel Atensi (X2)**

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	12

- **Uji Reabilitas Variabel Durasi (X3)**

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	12

- **Uji Reabilitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y)**

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.872	3

Lampiran 1.6 Output SPSS Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		FREKUENSI (X1)	ATENSI (X2)	DURASI (X3)	LOYALITAS (Y)
N		100	100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	2.8216	2.7009	2.3660	2.8935
	Std. Deviation	.68601	.68251	.55430	.79838
Most Extreme Differences	Absolute	.092	.097	.134	.153
	Positive	.091	.097	.134	.097
	Negative	-.092	-.071	-.081	-.153
Kolmogorov-Smirnov Z		.920	.966	1.345	1.531
Asymp. Sig. (2-tailed)		.365	.308	.054	.058

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

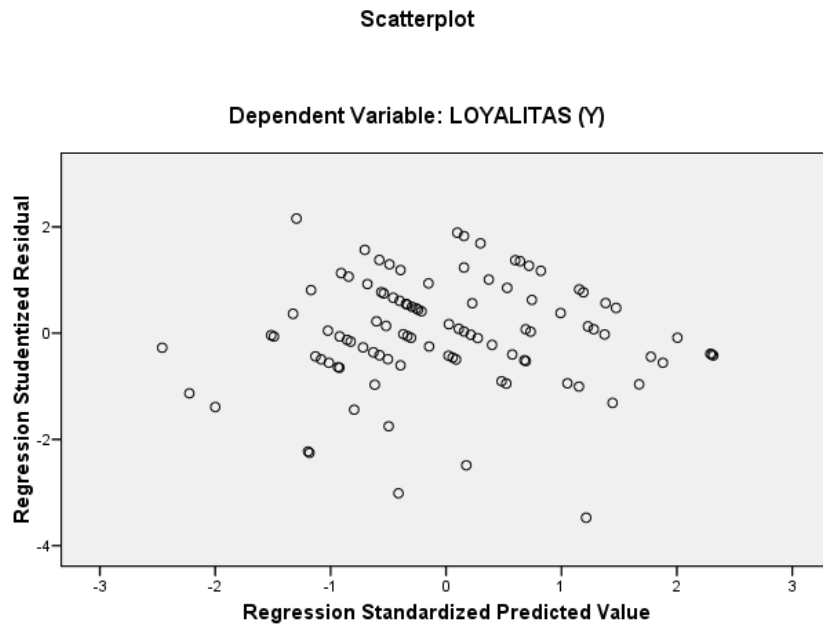
- Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	FREKUENSI (X1)	.758	1.319
	ATENSI (X2)	.744	1.345
	DURASI (X3)	.839	1.193

a. Dependent Variable: LOYALITAS (Y)

- Uji Heterokedastisitas



Lampiran 1.7 Output SPSS Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.157	.310		-.508	.612
	FREKUENSI (X1)	.194	.095	.167	2.050	.043
	ATENSI (X2)	.356	.096	.304	3.706	.000
	DURASI (X3)	.652	.111	.453	5.860	.000

Lampiran 1.8 Output SPSS Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.721 ^a	.519	.504	.56215

a. Predictors: (Constant), DURASI (X3), FREKUENSI (X1), ATENSI (X2)

Lampiran 1.9 Output SPSS Uji Hipotesis

- Uji T

4	4	2	2	2	2	2	4	4	4	2	3
4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	2
4	3	4	2	2	2	2	3	4	4	2	3
1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	2	4	2	2	2
3	2	2	2	3	2	3	2	3	4	3	3
4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2
3	2	2	2	2	2	3	2	3	4	3	3
4	3	4	4	4	4	4	2	3	2	2	3
4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	2	2
3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3
3	2	2	3	2	2	2	2	2	4	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	4
4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	3	3
4	4	4	2	2	2	4	2	2	2	3	2
3	3	3	3	2	2	4	3	2	2	3	3
4	4	2	2	2	2	4	4	1	2	2	3
4	4	4	4	2	3	4	3	3	3	3	4
3	3	2	2	2	2	4	2	1	2	3	2
3	3	4	4	4	4	4	2	3	2	2	4
3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	3	4
3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
3	2	4	2	4	2	4	2	4	2	2	3
3	2	4	4	4	2	2	2	1	2	3	4
4	2	4	2	2	2	4	2	4	2	2	2
2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
4	4	4	2	2	4	4	2	1	2	2	4

3	4	2	1	1	2	2	2	4	2	1	3
2	3	4	2	2	4	2	2	1	2	2	4
4	3	2	3	2	3	2	3	4	3	3	2
4	3	4	4	4	3	4	3	1	2	3	4
2	3	4	4	4	4	1	2	4	2	1	3
4	3	2	1	1	2	1	2	1	1	2	4
4	3	4	4	4	4	2	2	4	4	1	3
3	3	3	1	1	2	2	2	1	1	2	4
3	3	1	2	1	1	1	2	4	4	3	2
3	3	4	4	4	4	1	1	1	1	1	4
2	3	4	3	1	3	3	3	4	4	2	2
3	3	2	4	4	4	2	1	1	1	3	4
3	3	4	3	3	4	2	1	3	3	3	3
2	3	2	1	1	1	1	1	4	4	1	2
3	3	3	4	4	2	1	1	1	1	2	2
3	3	3	1	1	1	2	1	4	1	3	4
3	3	3	2	1	1	4	3	1	4	1	3
2	3	2	3	3	1	4	1	3	3	2	4
3	3	3	4	4	2	1	1	4	4	3	1
3	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	4
2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2
3	2	3	4	3	2	1	1	2	4	2	1
3	1	2	1	1	1	1	1	1	4	3	3
3	2	2	4	2	1	1	1	4	1	4	1
3	2	2	1	2	1	1	1	1	4	1	3
3	1	2	4	3	1	1	1	2	1	2	1
3	2	2	1	2	1	1	1	1	4	3	3

ATENSI (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
2	2	3	3	1	4	1	4	2	1	1	1
2	2	3	1	4	1	3	1	2	3	3	3
2	2	3	3	3	3	2	4	1	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2
2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2
3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	1
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	4	4
2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
3	4	1	3	2	4	4	4	2	3	4	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2
3	4	1	4	4	2	3	4	2	3	3	2
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3
2	4	3	4	4	4	4	4	2	3	4	2
4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	3
4	3	4	3	4	3	4	3	2	3	4	1
2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2
4	4	2	2	2	2	4	4	2	4	4	2
3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3
2	4	2	2	2	2	4	4	2	2	4	2

3	4	2	2	2	2	4	3	2	4	4	3
2	4	3	2	2	2	2	4	4	4	4	2
3	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	3
2	4	3	2	4	2	3	4	2	3	4	2
3	4	3	4	3	4	3	3	4	1	4	3
2	3	2	2	2	2	2	4	2	4	4	2
4	4	1	4	3	4	4	3	4	2	2	3
4	4	1	2	2	2	2	4	2	4	4	2
4	4	4	4	2	2	3	3	3	2	2	3
4	4	4	2	2	4	2	4	2	4	2	2
4	4	4	4	3	2	3	3	4	2	2	4
4	4	4	2	2	2	2	4	2	4	2	2
4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	4
2	4	1	4	3	4	4	4	3	4	4	4
2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	4
4	4	2	2	2	2	2	4	4	4	2	3
4	4	4	4	4	2	3	3	2	2	1	4
4	3	4	2	2	2	2	3	3	4	2	3
1	2	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	3	2	3	2	3	2	2	1
4	2	2	2	3	2	3	2	3	1	4	3
4	4	4	4	2	2	3	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	3	2	3	4	4	4
4	3	4	4	4	3	4	2	3	2	2	3
4	4	4	2	2	2	3	2	2	4	1	1
3	2	2	3	3	3	3	3	3	1	3	3
4	2	2	3	2	2	3	2	2	4	2	2
2	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4

3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	4
2	3	4	4	4	3	3	3	2	1	4	3
4	4	3	2	2	2	3	2	2	2	3	4
3	3	3	4	1	2	2	3	2	2	4	4
4	4	2	2	2	2	3	4	1	2	2	3
4	3	3	4	2	3	3	3	4	4	4	4
2	3	2	2	2	2	3	2	1	2	3	1
2	3	4	4	4	3	2	2	3	2	1	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	3	3	2	4	2	3	4
2	2	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3
2	2	4	2	4	2	2	2	4	2	1	3
2	2	3	3	3	2	2	2	1	2	3	4
4	2	4	3	2	2	3	2	4	2	1	4
2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	2	2	4	2	2	1	2	2	4
3	4	2	1	1	2	2	2	4	2	1	3
2	3	4	3	2	4	2	2	1	2	2	4
4	3	2	4	1	3	2	3	3	1	3	1
4	3	4	3	3	3	4	4	1	2	3	4
2	3	4	4	4	4	1	2	4	2	1	3
4	3	4	1	1	2	1	2	1	1	2	4
4	3	4	4	4	3	2	2	4	4	1	3
4	4	4	1	1	2	2	2	1	1	2	4
2	3	1	3	1	1	1	2	4	4	3	4
3	3	4	4	4	4	1	1	1	1	1	4
2	3	4	3	1	3	3	3	3	3	2	1
3	3	4	4	4	3	2	1	1	1	3	4
3	3	4	3	3	3	2	1	3	3	3	4

2	1	4	1	1	1	1	1	4	4	1	4
3	4	4	4	4	2	1	1	1	1	2	1
2	1	4	1	1	1	2	1	4	1	3	4
3	4	4	2	1	1	4	4	1	2	1	4
2	1	1	4	4	1	3	1	4	3	2	4
2	4	4	4	3	2	1	1	4	4	3	1
4	1	1	3	1	1	2	1	3	1	1	4
2	4	4	1	3	3	2	3	1	3	2	4
2	2	4	3	4	2	1	1	2	4	1	1
4	1	4	1	1	1	1	1	3	3	2	3
2	2	1	1	2	1	1	3	4	1	4	1
4	2	2	1	1	1	1	1	3	4	1	4
2	1	1	3	3	1	2	3	2	1	2	1
4	4	4	3	2	1	1	1	2	3	3	3

DURASI (X3)											
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11	X3.12
3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3
3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2

2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4
2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2
4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3
3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	2
3	1	1	1	1	2	1	1	1	3	3	3	1
3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2
4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	2
1	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	3
3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	1
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2
4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3
4	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	4	2
4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3
3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2
1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2
3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	3	2

3	2	2	2	2	1	2	1	1	3	4	2
2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
3	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
3	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
3	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1
2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3
3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2
3	3	2	3	1	3	3	3	3	1	1	1
3	1	2	1	3	1	1	1	2	2	2	2
1	3	2	3	3	3	3	3	1	1	1	3
3	2	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2
3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3
3	2	2	2	2	3	1	2	1	1	1	2
3	3	2	3	1	3	3	3	3	2	2	1
1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2
3	3	2	3	1	3	3	3	1	2	2	2
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2
3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2
3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	2
3	1	2	1	1	1	1	1	3	1	3	2
1	3	2	3	1	3	3	3	1	1	3	2
2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2
3	2	2	2	2	3	1	1	1	1	3	2
3	2	2	2	2	4	2	2	3	2	3	2
3	2	2	2	2	1	3	4	1	1	3	2
3	2	2	4	3	4	4	4	3	2	3	3

3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

LOYALITAS KONSUMEN (X3)		
Y1.1	Y1.2	Y1.3
4	4	4
4	4	4
1	1	1
3	3	3
3	4	3
2	3	3
3	4	4
2	3	3
3	3	3
2	3	3
3	3	3
2	3	3
3	3	3
3	3	4
3	3	3
4	4	4
3	3	3
2	3	3
3	3	3
3	3	3
4	4	4
3	3	3
4	4	4
4	3	4
3	3	3

4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
3	3	3
4	4	4
3	3	3
4	4	4
3	3	3
4	4	1
3	3	3
4	4	4
3	3	3
4	4	1
3	3	3
4	4	4
3	3	3
4	4	1
3	3	3
4	4	1
3	3	3
3	3	3
4	4	1
3	3	3
4	4	1
3	3	3

3	2	3
4	4	4
3	3	3
4	4	1
3	3	3
3	2	3
2	2	2
2	2	2
3	3	3
2	2	2
3	2	3
3	3	3
2	2	2
3	3	3
2	2	2
3	3	3
4	4	1
2	2	2
3	3	3
4	4	1
2	2	2
3	3	3
1	1	2
3	3	3
1	1	2
2	2	2
1	1	2
2	2	2
4	4	2

3	3	2
2	2	2
1	1	1
2	2	2
1	1	2
4	2	2
3	3	3
4	4	1
1	1	1
3	3	2
3	2	2
3	3	3
3	2	2
3	3	3
2	2	2
3	3	2
3	3	3

Lampiran 1.11 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 1

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Gantari Shafa
NIM : 1152100213
Hari/ Tanggal Ujian : Jum'at, 3 Januari 2025

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Promosi Online Instagram Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Sambal Bu Rudy (Survei Pada Followers Instagram @pusol.burudy)

Catatan Perbaikan:

cek interpretasi Regresi

Surabaya, *3/1/2025*
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

[Signature]
Ely S

Revisi dari Dosen Penguji,

[Signature]
Ely S

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

Lampiran 1.12 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 2

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI


Nama : Gantari Shafa
NIM : 1152100213
Hari/ Tanggal Ujian : Jum'at, 3 Januari 2025

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Promosi Online Instagram Terhadap Loyalitas
Konsumen Pada Sambal Bu Rudy (Survei Pada Followers Instagram
@pusol.burudy)


Catatan Perbaikan:

1. Ilmu dipelajari lebih banyak

Surabaya, 3/1/2025
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,


M. VSA R.

Revisi dari Dosen Penguji,


M. VSA R.

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

Lampiran 1.13 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 3

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Gantari Shafa
NIM : 1152100213
Hari/ Tanggal Ujian : Jum'at, 3 Januari 2025

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Promosi Online Instagram Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Sambal Bu Rudy (Survei Pada Followers Instagram @pusol.burudy)

Catatan Perbaikan:

- Fokus manfaat & rekomendasi (yg berkaitan dgn teori)
- Hapus wawancara & observasi di Kab (1)

✓

Surabaya, 3 JANUARI 2025
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,



AMALIA M


Revisi dari Dosen Penguji,



AMALIA M

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

Lampiran 1.14 Kartu Bimbingan Skripsi



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Program Studi • Administrasi Publik • Administrasi Umum • 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: feip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama: Gantri Shafa
 NBI: 1152100213
 Program Studi: Ilmu Komunikasi
 Dosen Pembimbing I: Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom
 Dosen Pembimbing II: Hajidah Filizahun Nadhifah Kusnadi, S. Sos., M.A.
 Judul Skripsi: Pengaruh Persepsi dan Persepsi Promosi terhadap Loyalitas Konsumen pada Sambal Bu Rudy Surabaya
 Pengaruh Terpapar Promosi Online Instagram Terhadap Loyalitas Konsumen Pada "Sambal Ibu Rudy" (Survei Pada Followers Instagram @Pegel.b Rudy)

No	Tanggal	Saran/Perubahan	Pemeriksaan	
			Paraf Dosen 1	Paraf Dosen 2
1	17/9/24	latar belakang		✓
2	19/9/24	proposisi kerangka	✓	
3	24/9/24	bab 2 & bab 3		✓
4	8/10/24	Perbaikan literature, Tinjauan pustaka		✓
5	3/10/24	kerangka	✓	
6	10/10	buat kuesioner	✓	
7	17/10	perbaikan bab 2		✓
8	19/10	sempurna	✓	
9	24/10	Kuesioner disempurnakan	✓	
10	30/10	Perbaikan	✓	



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 psu/ 159 email: fisp@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
	14/11	latar belakang	<i>[Signature]</i>	
	28/11	Rangtubh	<i>[Signature]</i>	
	26/12 ²⁴	Langs kat 5 & Artikel final		<i>[Signature]</i>
	12/12 ²⁴	Sulawesi		<i>[Signature]</i>
	16/12	acc. citub	<i>[Signature]</i>	
	16/12	ACC siday		<i>[Signature]</i>

Catatan:

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal :

Dosen Pembimbing I.

[Signature]
 (Edy S.)

Dosen Pembimbing II.

[Signature]
 Hajdah Fidaah, N.K.

Lampiran 1.15 LoA Jurnal Sintesa



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FISIP - PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

JURNAL SINTESA

Gedung: F 101. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail: sintesa@untag-sby.ac.id

SURAT KETERANGAN PENERIMAAN JURNAL SINTESA

No: 004/JS/II/2024

Dewan penyunting Jurnal Sintesa telah menerima artikel,

Nama Penulis : Gantari Shafa

Judul : PENGARUH TERPAAN PROMOSI ONLINE INSTAGRAM
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA SAMBAL BU RUDY
(SURVEI PADA FOLLOWERS INSTAGRAM @PUSOL.BURUDY)

Asal Instansi : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Menyatakan bahwa artikel tersebut **telah diproses** sesuai Prosedur Penulisan Jurnal Sintesa Jurusan Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **dan diterbitkan pada Jurnal Sintesa Volume 4 Nomor 01 Bulan Januari Tahun 2025**. Demikian surat keterangan ini dibuat dan harap dipergunakan dengan sebaik-baiknya.

Surabaya, 05 Januari 2025

Ketua Dewan Penyunting

Dr. Merry Fridha Tripalupi, M.Si

Alamat Redaksi

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik - Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Jl. Semolowaru No.45 Surabaya

Email : sintesa@untag-sby.ac.id

Contact person : 085735046934 (Merry Fridha Tri Palupi)

Lampiran 1.16 Surat Keterangan Bebas 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. Semolowatu No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURAT KETERANGAN

Nomor: 939/K/LOD/XII/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 : Gantari Shafa

NBI : 1152100213

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

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

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 18 Desember 2024

Mengetahui
Kepala Lab. Otonomi Daerah


 ADMINISTRASI PUBLIK
 UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
 SURABAYA
 Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi


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