

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Amiruddin. (2016). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Parama Ilmu.

Basuki. (2021). *Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Chaplin James, P. (2005). *Kamus Lengkap Psikologi*. Alih Bahasa: Kartono Kartini. Jakarta: Raja Grafindo.

Darmawan, Deni. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

De Vaus, David. (2002). *Surveys in Social Research: Fifth Edition*. Australia: Allen & Unwin.

Djarwanto. (1994). *Pokok-pokok Metode Riset dan Bimbingan Teknis Penulisan Skripsi*. Yogyakarta : Liberty.

Hidayat Aziz, Alimul. (2007). *Metode Penelitian Keperawatan dan Teknik Analisa Data*. Jakarta: Salemba Medika

Liliweri, Alo. (2018). *Paradigma Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta; PT.Raja Grafindo Persada.(2006)

Nabila, Dhifa dkk. (2020). *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*. Malang:

Intras Publishing Group

Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan*

Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Punaji, Setyosari. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*.

Jakarta Kencana

Neuman, W. Lawrence. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan*

Kualitatif dan Kuantitatif. Jakarta: Indeks.

Rakhmat, Jalaludin. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja

Rosda Karya.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif,*

Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.

SKRIPSI

Anik Lestari Andjarwati. (2013). Pengaruh Penggunaan *Celebrity Endorser* Irfan

Bachdim dan *Event Sponsorship* Terhadap Citra Merek Minuman Isotonik Pocari

Sweat. Jurnal Ilmu Manajemen.

Putry Ramadhanty, Ghina. (2020). Pengaruh *Brand Ambassador* terhadap

keputusan pembelian.

(Survei pada Penggemar *Boyband EXO* Sebagai *Brand Ambassador* Nature Republic). Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Mardiyah, Nirhayatul.(2010). “Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Brand Image Sabun Lux”. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

Hastika, Dhea. (2019). Pengaruh Intensitas Mengakses Instagram Korean Pop Terhadap Perilaku Fanatisme Pada Mahasiswa Dirasat Islamiyah UIN Jakarta. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Seregina, Anastasia. (2011). Fanaticism-Its development and meanings in consumers' lives. Department of Marketing, Aalto University.

Sianipar, Indra Surya. (2016). Fanatisme Wota Terhadap Idola (Studi Kasus di Kota Medan). Antropologi Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara.

JURNAL

Allo, Palma Sari Toding., Hatuwe, Massad., dan Wibowo, Sarwo Eddy. (2018).

Pengaruh Terpaan K-Pop di Youtube Terhadap Perilaku pada Komunitas

Soulmate di Samarinda. Jurnal Ilmu Komunikasi. 6(2).

Ayun, Primada Qurrota. Channel, Vol 3, No 2, Oktober (2015), hal 1-

16.Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial Dalam Membentuk

Identitas.Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

Juwita, Elsa Puji. Jurnal Sosietas, Vol 5, No 1, (2015. Peran Media Sosial

Terhadap Gaya Hidup Siswa SMA Negeri 5 Bandung. Universitas Pendidikan

Indonesia.

SUMBER ONLINE

Agustiyanti. "Bos Tokopedia Ungkap Keuntungan BTS & Blackpink Jadi Brand Ambassador" [https://katadata.co.id/agustiyanti/digital/6145c93973df1/bos-](https://katadata.co.id/agustiyanti/digital/6145c93973df1/bos-tokopedia-ungkap-keuntungan-bts-blackpink-jadi-brand-ambassador)

[tokopedia-ungkap-keuntungan-bts-blackpink-jadi-brand-ambassador](https://katadata.co.id/agustiyanti/digital/6145c93973df1/bos-tokopedia-ungkap-keuntungan-bts-blackpink-jadi-brand-ambassador). diakses pada

12 juli 2022

Anugrah Wicaksono, Denny. [https://sragenupdate.pikiran-](https://sragenupdate.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-1842275881/10-negara-paling-banyak-army-bts-fans-army-indonesia-terbanyak)

[rakyat.com/entertainment/pr-1842275881/10-negara-paling-banyak-army-bts-fans-](https://sragenupdate.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-1842275881/10-negara-paling-banyak-army-bts-fans-army-indonesia-terbanyak)

[army-indonesia-terbanyak](https://sragenupdate.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-1842275881/10-negara-paling-banyak-army-bts-fans-army-indonesia-terbanyak) diakses pada 23 mei 2022

Dewi Arianti, Rosy "Kenapa Penggemar BTS Disebut ARMY?", <https://www.kompas.com/tren/read/2021/07/10/150300865/kenapa-penggemar-bts-disebut-army-?page=all> diakses pada 23 mei 2022

Hasibuan, Lynda. (2021). BTS Cetak Sejarah Baru di Billboard, Apalagi Prestasinya?. Diakses pada <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/202-11005132229-33-281562/bts-cetak-sejarah-baru-di-billboard-apa-lagiprestasinya/> diakses pada 23 mei 2022

Lirt. (2021). Prestasi BTS dan BUTTER yang Melelahkan Hati ARMY. Diakses pada <https://yoursay.suara.com/ulasan/2021/06/29/124244/prestasi-btsdan-butter-yang-melelahkan-hati-army/> diakses pada 10 juli 2022





LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

SURAT KESEDIAAN PEMBIMBING DAN SURAT TUGAS

 UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT
Jl. Sawo Manilla No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520
Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext. 146, Fax. 7802718-7802719
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : info@unas.ac.id

Jakarta, 13 Mei 2022

Nomor : 376/WD/V/2022
Lamp : 1 (satu) Berkas
Hal : Kesiediaan Pembimbing Skripsi

Kepada Yth :
Dra. Masnah, M.Si
Dosen Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Nasional
Di Jakarta

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional, Meminta Kesiediaan Bapak/Ibu untuk membimbing Skripsi yang disusun oleh :

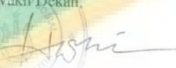
Nama : Annisya Ridzka Fitriani
NPM : 183112351650191
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Proposal Skripsi : *Pengaruh Brand Ambassador Bangtan Boys (BTS) Terhadap Kepuasan Pembelian Penggemar BTS Di E-Commerce Toko Pedia (Sifat Pada Followers Instagram @Fyi.BTS)*

Kesiediaan Bapak/Ibu memberikan bimbingan secara intensif sangat kami harapkan. Diminta Bapak/Ibu memberikan jawaban segera dengan memberikan tanda tangan di bawah ini dan untuk menghitung beban tugas, diminta segera mengembalikannya kepada Pimpinan Fakultas melalui Sekretariat.

Demikian, terima kasih.

Bersedia Tidak Bersedia*
Sebagai Pembimbing


Dra. Masnah, M.Si
*coret yang tidak perlu


Wakil Dekan

Dr. Bhakti Nur Avianto, M. Si.

Program Studi : Ilmu Politik - Hubungan Internasional - Sosiologi - Administrasi Publik- Ilmu Komunikasi



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT

Jl. Sawo Mania No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520
Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext. 146, Fax. 7802718-7802719
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : info@unas.ac.id

SURAT TUGAS

No. 376/WD/V/2022

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional menugaskan kepada Dosen berikut ini :

Nama : Dra. Masnah, M.Si
NIP/NIDN : 0302086201
Pangkat Akademik : Lektor
Unit Kerja : FISIP Universitas Nasional

Untuk dapat bertindak sebagai Pembimbing Skripsi pada Semester Genap Tahun Akademik 2021/2022 atas nama mahasiswa :

Nama : Annisya Ridzka Fitriani
NPM : 183112351650191
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Proposal Skripsi : *Pengaruh Brand Ambassador Bangtan Boys (BTS) Terhadap Keputusan Pembelian Penggemar BTS Di E-Commerce Toko Pedia (Studi Pada Followers Instagram @Fyi.BTS)*

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jangka waktu penulisan skripsi adalah tiga sampai enam bulan.
- Memberikan bimbingan secara teratur delapan kali konsultasi dengan mengisi formulir 1 secara lengkap.
- Penulisan skripsi mengikuti pedoman sebagaimana tercantum dalam buku pedoman penulisan dan Ujian Skripsi yang dikeluarkan oleh Fakultas.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya sesuai dengan aturan yang berlaku.

Jakarta, 13 Mei 2022

Wakil Dekan,

Dr. Bhakti Nur Avianto, M. Si

Program Studi : Ilmu Politik - Hubungan Internasional - Sosiologi - Administrasi Publik- Ilmu Komunikasi

LAMPIRAN 2

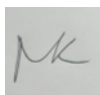
LEMBAR KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Annisya Ridzka Fitriani

Nama Pokok Mahasiswa : 183112351650191

Program Studi/ Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations

Judul Proposal Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador Bangtan Boys (BTS)
Terhadap Keputusan Pembelian Penggemar BTS di E-Commerce Tokopedia (
Studi Kasus Pada Followers Instagram @fyi.bts)

NO	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
1	28/03/2022	Revisi BAB 1	
2	3/04/2022	ACC BAB 1	
3	4/04/2022	Revisi BAB II, BAB II	
4	4/04/2022	ACC BAB I, BAB II dan BAB III	
5	9/06/2022	Membuat pertanyaan kuesioner penelitian & Revisi BAB IV	
6	19/07/2022	ACC BAB IV	

7	29/07/2022	REVISI BAB V	
8	1/08/2022	Acc BAB I, BAB II, BAB III, BAB IV, dan BAB V	



Jakarta, Agustus 2022

Ketua Program Studi,

Drs. Adi Prakosa, M.Si.

LAMPIRAN 3

KUESIONER GOOGLE FORM

KUESIONER "PENGARUH BRAND AMBASSADOR BANGTAN BOYS (BTS) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGEAR BTS DI E-COMMERCE TOKOPEDIA(STUDI PADA FOLLOWERS INSTAGRAM @FYI.BTS)"

Perkenalkan, Nama saya Annisya Ridzka Fitriani, Mahasiswi dari fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional dengan NPM 183112351650191, Saya sedang menyusun tugas akhir (Skripsi) berjudul " PENGARUH BRAND AMBASSADOR BANGTAN BOYS (BTS) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGEAR BTS DI E-COMMERCE TOKOPEDIA(STUDI PADA FOLLOWERS INSTAGRAM @FYI.BTS). Maka dari itu, saya membuat kuissoner ini ditujukan untuk para penggemar Boyband BTS yang mengikuti akun instagram @fyi.bts dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh brand ambassador BTS terhadap keputusan pembelian. Selain itu, tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi adakah pengaruh dari BTS sebagai Brand Ambassador. Saya mengharapkan kesediaan teman-teman untuk mengisi kuissoner ini sebagai data yang akan saya gunakan dalam penelitian ini.

for the gift 100k for 2 lucky respondents (OVO,GOPAY OR DANA)
Thankyou ARMY!



Draf Kuesioner

A.PROFIL RESPONDEN

1. Usia

- 15-19 Tahun
- 20-24 Tahun
- 25-29 Tahun
- 30-34 Tahun
- 35 Tahun keatas

2.Pekerjaan

- Pelajar / Mahasiswa
- Pegawai Negeri
- Wiraswasta
- Lain-lain

3.Pernah berbelanja di tokopedia

- Pernah
- Tidak

B.VARIABEL X: BRAND AMBASSADOR BANGTAN BOYS(BTS)

Pertanyaan tentang Brand Ambassador BTS terhadap Tokopedia. Pilihlah salah satu jawaban. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju (5)

S : Setuju (4)

N : Netral (3)

TS : Tidak Setuju(2)

STS : Sangat Tidak Setuju(1)

BRAND AMBASSADOR (X)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
Transference						
1.	BTS sebagai <i>brand ambassador</i> turut mendukung <i>E-Commerce</i> Tokopedia					
2.	BTS merupakan boyband asal Korea Selatan yang mampu meningkatkan promosi <i>E-Commerce</i> Tokopedia melalui profesinya.					
Congruence(Kesesuaian)						
3.	BTS merupakan boyband asal Korea Selatan yang sesuai untuk mewakili <i>E-Commerce</i> Tokopedia sebagai <i>brand ambassador</i>					
4.	BTS merupakan idola para remaja sehingga sesuai sebagai <i>brand ambassador E-Commerce</i> Tokopedia					
Kreadibilitas						
5.	BTS memiliki keahlian dalam menyampaikan informasi mengenai <i>E-Commerce</i> Tokopedia					
6.	BTS menyampaikan informasi secara jujur mengenai <i>E-Commerce</i> Tokopedia					
Daya Tarik						
7.	BTS mempunyai daya Tarik yang membuat saya ingin menyaksikan suatu iklan yang dibintanginya.					
8.	BTS mempunyai daya Tarik yang membuat saya ingin berbelanja di <i>E-Commerce</i> Tokopedia					
9.	BTS memiliki prestasi yang mengagumkan dan mampu bersaing dengan group lain					

10	BTS memiliki style fashion yang menarik dan berbeda dengan group lain					
Power						



11.	BTS memiliki kharisma yang menarik saya dalam membeli produk di <i>E-Commerce Tokopedia</i>					
12.	BTS membuat saya yakin dan percaya dengan informasi yang disampaikan tentang E-Commerce Tokopedia					
13.	BTS membuat saya yakin dan percaya pada E-Commerce Tokopedia					

C.VARIABEL Y: KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGEMAR BTS

Pertanyaan Keputusan Pembelian penggemar Boyband BTS (ARMY)

Pernyataan dalam kuesioner ini berkaitan dengan keputusan pembelian penggemar Boyband BTS (ARMY). Pilihlah salah satu jawaban. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju (5)

S : Setuju (4)

N : Netral (3)

TS : Tidak Setuju(2)

STS : Sangat Tidak Setuju(1)

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
Sesuai Kebutuhan						
1.	Saya berbelanja di Tokopedia karena adanya kebutuhan					
2.	Saya berbelanja di Tokopedia sesuai dengan keinginan karena harga dan					

	kualitas produk bagus					
Mempunyai Manfaat						
3.	Saya berbelanja di Tokopedia produk yang saya butuhkan bermanfaat					
4.	Saya berbelanja di Tokopedia hanya yang bermanfaat untuk hidup sehari-hari					
Ketepatan dalam membeli produk						
5.	Saya selalu berbelanja dengan produk tetap atau yang sering dibeli					
6.	Saya selalu berbelanja tepat untuk hidup sehari-hari					
Pembelian Berulang						
7.	Saya akan berbelanja di E-Commerce Tokopedia secara berulang					
8.	Dibandingkan E-Commerce lain saya memilih Tokopedia untuk berbelanja.					

LAMPIRAN 4

OUTPUT SPSS

MelakukanTransaksi					
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perna h	347	100.0	100.0	100.00
	Tidak	0	0	0	100.0
	Total	347	100.0	100.0	

X1					
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	.6	.6	.6
	Tidak Setuju (TS)	2	.6	.6	1.2
	Netral (N)	18	5.2	5.2	6.3
	Setuju (S)	79	22.8	22.8	29.1
	Sangat Setuju (SS)	246	70.9	70.9	100.0
	Total	347	100.0	100.0	

X2					
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	.6	.6	.6
	Tidak Setuju (TS)	2	.6	.6	1.2
	Netral (N)	16	4.6	4.6	5.8
	Setuju (S)	92	26.5	26.5	32.3
	Sangat Setuju (SS)	235	67.7	67.7	100.0
	Total	347	100.0	100.0	

X3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	.3	.3	.3
	Tidak Setuju (TS)	5	1.4	1.4	1.7
	Netral (N)	37	10.7	10.7	12.4
	Setuju (S)	106	30.5	30.5	42.9
	Sangat Setuju (SS)	198	57.1	57.1	100.0
	Total	347	100.0	100.0	

X4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	.3	.3	.3
	Tidak Setuju (TS)	5	1.4	1.4	1.7
	Netral (N)	34	9.8	9.8	11.5
	Setuju (S)	100	28.8	28.8	40.3
	Sangat Setuju (SS)	207	59.7	59.7	100.0
	Total	347	100.0	100.0	

X5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	.9	.9	.9
	Tidak Setuju (TS)	13	3.7	3.7	4.6
	Netral (N)	51	14.7	14.7	19.3
	Setuju (S)	125	36.0	36.0	55.3
	Sangat Setuju (SS)	155	44.7	44.7	100.0
	Total	347	100.0	100.0	

X6					
----	--	--	--	--	--

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	.6	.6	.6
	Tidak Setuju (TS)	9	2.6	2.6	3.2
	Netral (N)	71	20.5	20.5	23.6
	Setuju (S)	126	36.3	36.3	59.9
	Sangat Setuju (SS)	139	40.1	40.1	100.0
	Total	347	100.0	100.0	

X7					
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	.9	.9	.9
	Tidak Setuju (TS)	7	2.0	2.0	2.9
	Netral (N)	20	5.8	5.8	8.6
	Setuju (S)	65	18.7	18.7	27.4
	Sangat Setuju (SS)	252	72.6	72.6	100.0
	Total	347	100.0	100.0	

X8					
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	.6	.6	.6
	Tidak Setuju (TS)	15	4.3	4.3	4.9
	Netral (N)	39	11.2	11.2	16.1
	Setuju (S)	111	32.0	32.0	48.1
	Sangat Setuju (SS)	180	51.9	51.9	100.0
	Total	347	100.0	100.0	

X9				
	Frequenc	Percent	Valid	Cumulative

		y		Percent	Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	.6	.6	.6
	Tidak Setuju (TS)	4	1.2	1.2	1.7
	Netral (N)	31	8.9	8.9	10.7
	Setuju (S)	48	13.8	13.8	24.5
	Sangat Setuju (SS)	262	75.5	75.5	100.0
	Total	347	100.0	100.0	

X10					
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	.6	.6	.6
	Tidak Setuju (TS)	6	1.7	1.7	2.3
	Netral (N)	40	11.5	11.5	13.8
	Setuju (S)	72	20.7	20.7	34.6
	Sangat Setuju (SS)	227	65.4	65.4	100.0
	Total	347	100.0	100.0	

X11					
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	4	1.2	1.2	1.2
	Tidak Setuju (TS)	12	3.5	3.5	4.6
	Netral (N)	34	9.8	9.8	14.4
	Setuju (S)	88	25.4	25.4	39.8
	Sangat Setuju (SS)	209	60.2	60.2	100.0
	Total	347	100.0	100.0	

X12					
-----	--	--	--	--	--

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	.9	.9	.9
	Tidak Setuju (TS)	12	3.5	3.5	4.3
	Netral (N)	49	14.1	14.1	18.4
	Setuju (S)	121	34.9	34.9	53.3
	Sangat Setuju (SS)	162	46.7	46.7	100.0
	Total	347	100.0	100.0	

X13					
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	.6	.6	.6
	Tidak Setuju (TS)	9	2.6	2.6	3.2
	Netral (N)	54	15.6	15.6	18.7
	Setuju (S)	104	30.0	30.0	48.7
	Sangat Setuju (SS)	178	51.3	51.3	100.0
	Total	347	100.0	100.0	

Correlations											
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10
X1	Pearson Correlation	1	.616*	.576*	.551*	.479*	.399*	.642*	.472*	.711*	.472*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	347	347	347	347	347	347	347	347	347	347
X2	Pearson Correlation	.616*	1	.493*	.602*	.397*	.483*	.494*	.513*	.631*	.547*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	347	347	347	347	347	347	347	347	347	347
X3	Pearson Correlation	.576*	.493*	1	.568*	.576*	.545*	.576*	.516*	.579*	.557*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	347	347	347	347	347	347	347	347	347	347
X4	Pearson Correlation	.551*	.602*	.568*	1	.482*	.567*	.552*	.577*	.593*	.598*
		*	*	*		*	*	*	*	*	*

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	347	347	347	347	347	347	347	347	347	347
X5	Pearson Correlation	.479*	.397*	.576*	.482*	1	.673*	.567*	.649*	.504*	.598*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	347	347	347	347	347	347	347	347	347	347
X6	Pearson Correlation	.399*	.483*	.545*	.567*	.673*	1	.463*	.598*	.438*	.593*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	347	347	347	347	347	347	347	347	347	347
X7	Pearson Correlation	.642*	.494*	.576*	.552*	.567*	.463*	1	.601*	.695*	.591*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	347	347	347	347	347	347	347	347	347	347
X8	Pearson Correlation	.472*	.513*	.516*	.577*	.649*	.598*	.601*	1	.574*	.623*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	347	347	347	347	347	347	347	347	347	347
X9	Pearson Correlation	.711*	.631*	.579*	.593*	.504*	.438*	.695*	.574*	1	.611*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	347	347	347	347	347	347	347	347	347	347
X10	Pearson Correlation	.472*	.547*	.557*	.598*	.598*	.593*	.591*	.623*	.611*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	347	347	347	347	347	347	347	347	347	347
X11	Pearson Correlation	.499*	.485*	.586*	.550*	.628*	.579*	.609*	.738*	.610*	.687*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	347	347	347	347	347	347	347	347	347	347
X12	Pearson Correlation	.453*	.422*	.504*	.498*	.624*	.638*	.521*	.690*	.477*	.601*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	347	347	347	347	347	347	347	347	347	347
X13	Pearson Correlation	.510*	.435*	.556*	.503*	.606*	.630*	.535*	.646*	.530*	.548*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	347	347	347	347	347	347	347	347	347	347
To	Pearson	.716*	.691*	.754*	.752*	.784*	.765*	.773*	.823*	.778*	.799*

tal	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
X	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	347	347	347	347	347	347	347	347	347	347

Reliability

Notes		
Output Created		05-AUG-2022 15:38:56
Comments		
Input	Data	C:\Users\Princeee\Downlo ads\SSSCA.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	347
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10 X11 X12 X13 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.01

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	347	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	347	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.944	13

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	52.75	58.100	.672	.941
X2	52.78	58.416	.644	.942
X3	52.95	56.651	.708	.940
X4	52.92	56.774	.706	.940
X5	53.18	54.918	.736	.939
X6	53.25	55.409	.715	.940
X7	52.78	56.404	.731	.939
X8	53.08	54.471	.783	.938
X9	52.76	56.555	.738	.939
X10	52.89	55.552	.758	.939
X11	52.98	54.257	.791	.937
X12	53.15	54.897	.743	.939
X13	53.09	54.945	.757	.939

REGRESSION
 /MISSING LISTWISE
 /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA


```

/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT TotalY
/METHOD=ENTER TotalX.

```

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.871	8

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	28.10	22.817	.683	.851
Y2	28.14	22.769	.672	.852
Y3	28.11	22.485	.692	.850
Y4	28.38	22.374	.629	.855
Y5	28.70	22.169	.576	.862
Y6	28.71	22.292	.578	.862
Y7	28.48	21.799	.659	.852
Y8	28.67	22.315	.573	.862

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=TotalX TotalY
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Regression

Notes		
Output Created		05-AUG-2022 15:40:51
Comments		
Input	Data	C:\Users\Princeee\Downlo ads\SSSCA.sav
	Active Dataset	DataSet1

	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	347
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax	REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT TotalY /METHOD=ENTER TotalX.	
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.03
	Memory Required	3360 bytes
	Additional Memory Required for Residual	0 bytes
	Plots	

Variables Entered/Removed ^a			
Mode	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TotalX ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: TotalY

b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.465 ^a	.216	.214	4.74998

a. Predictors: (Constant), TotalX

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2146.434	1	2146.434	95.134	.000 ^b
	Residual	7783.998	345	22.562		
	Total	9930.432	346			

a. Dependent Variable: TotalY

b. Predictors: (Constant), TotalX

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.792	1.830		8.081	.000
	TotalX	.308	.032	.465	9.754	.000

a. Dependent Variable: TotalY

Y1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	4	1.2	1.2	1.2
	Tidak Setuju (TS)	4	1.2	1.2	2.3
	Netral (N)	35	10.1	10.1	12.4
	Setuju (S)	120	34.6	34.6	47.0

	Sangat Setuju (SS)	184	53.0	53.0	100.0
	Total	347	100.0	100.0	

Y2					
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	.9	.9	.9
	Tidak Setuju (TS)	7	2.0	2.0	2.9
	Netral (N)	39	11.2	11.2	14.1
	Setuju (S)	122	35.2	35.2	49.3
	Sangat Setuju (SS)	176	50.7	50.7	100.0
	Total	347	100.0	100.0	

Y3					
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	4	1.2	1.2	1.2
	Tidak Setuju (TS)	6	1.7	1.7	2.9
	Netral (N)	40	11.5	11.5	14.4
	Setuju (S)	108	31.1	31.1	45.5
	Sangat Setuju (SS)	189	54.5	54.5	100.0
	Total	347	100.0	100.0	

Y4					
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	.9	.9	.9
	Tidak Setuju (TS)	16	4.6	4.6	5.5
	Netral (N)	66	19.0	19.0	24.5
	Setuju (S)	123	35.4	35.4	59.9
	Sangat Setuju (SS)	139	40.1	40.1	100.0

	Total	347	100.0	100.0	
--	-------	-----	-------	-------	--

Y5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	8	2.3	2.3	2.3
	Tidak Setuju (TS)	27	7.8	7.8	10.1
	Netral (N)	99	28.5	28.5	38.6
	Setuju (S)	117	33.7	33.7	72.3
	Sangat Setuju (SS)	96	27.7	27.7	100.0
	Total	347	100.0	100.0	

Y6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	8	2.3	2.3	2.3
	Tidak Setuju (TS)	24	6.9	6.9	9.2
	Netral (N)	103	29.7	29.7	38.9
	Setuju (S)	121	34.9	34.9	73.8
	Sangat Setuju (SS)	91	26.2	26.2	100.0
	Total	347	100.0	100.0	

Y7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	5	1.4	1.4	1.4
	Tidak Setuju (TS)	20	5.8	5.8	7.2
	Netral (N)	74	21.3	21.3	28.5
	Setuju (S)	122	35.2	35.2	63.7
	Sangat Setuju (SS)	126	36.3	36.3	100.0
	Total	347	100.0	100.0	

Y8					
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	7	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju (TS)	25	7.2	7.2	9.2
	Netral (N)	96	27.7	27.7	36.9
	Setuju (S)	121	34.9	34.9	71.8
	Sangat Setuju (SS)	98	28.2	28.2	100.0
	Total	347	100.0	100.0	



LAMPIRAN 5

Daftar Riwayat Hidup



Nama : Annisya Ridzka Fitriani

Tempat Tanggal Lahir : Jakarta, 11 Desember 2000

Telepon : 085694483820

Email : annisyaridzka1211@gmail.com

Media Sosial : @annisyaridzka (Instagram)

Pendidikan

2006 – 2012 : SD Islam Al-Amjad

2012 – 2015 : SMP Yapenka Jakarta

2015 – 2018 : SMA Bakti Idhata

2018 – 2022 : Universitas Nasional

tahap 1

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
2	repository.upstegal.ac.id Internet Source	1%
3	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	1%
4	www.jurnalkommas.com Internet Source	1%
5	www.coursehero.com Internet Source	1%
6	ejurnal.mercubuana-yogya.ac.id Internet Source	1%
7	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1%
8	text-id.123dok.com Internet Source	1%
9	docplayer.info Internet Source	<1%

10	lifestyle.sindonews.com Internet Source	<1%
----	--	-----

	etheses.uin-malang.ac.id	1
--	--------------------------	---

