

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Alma, Buchari. 2015. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.

George E. Belch, Michael A. Belch. 2009. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective, 8th edition*. New York: McGraw Hill.

Donald R. Cooper dan C. William Emory. 1996. *Business Research Methods*. Jakarta: Erlangga.

Fitriah, Mariah. 2018. *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Sleman: CV Budi Utama.

Juanna, Andi. 2016. *Manajemen Promosi*. Gorontalo: Ideas Publishing.

Kinnear, Thomas C dan Taylor, James R. 1995. *Riset Pemasaran*. Alih Bahasa. Yohanna Lamarto; Jilid II. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management (15th ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Leon, G Schiffman., Leslie Lazar Kanuk & Håvard Hansen. 2012. *Consumer Behavior, Second Ed.* England: Pearson Education Limited.

Shimp. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I, Edisi 5.* Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Tanzeh, Ahmad. 2009. *Pengantar Metode Penelitian.* Yogyakarta: Teras.

Yuanita, Ayu. 2012. *Korean Wave K-pop Hingga Tampil Gaya ala Korea.* Yogyakarta: Media Pustaka.

### **Jurnal & Skripsi**

Agnelia Revina A, Aditya Wardhana. 2016. *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Baraya Travel Pool Buah Batu* 2016. Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship Vol. 10, No. 2, Oktober 2016. 72-185  
ISSN 2443-0633.

<https://media.neliti.com/media/publications/165405-ID-pengaruh-word-of-mouth-terhadap-minat-be.pdf>

Algiffary, Wahab, Shihab, Widiyanti. 2020. Pengaruh Celebrity Endorser, *Online Advertising dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Tokopedia*, Vol. 4. No.2.

[https://www.researchgate.net/publication/348109111\\_Pengaruh\\_Celebrity\\_Endorser\\_Online\\_Advertising\\_dan\\_Word\\_of\\_Mouth\\_terhadap\\_Minat\\_Beli\\_Konsumen\\_pada\\_E-Commerce\\_Tokopedia](https://www.researchgate.net/publication/348109111_Pengaruh_Celebrity_Endorser_Online_Advertising_dan_Word_of_Mouth_terhadap_Minat_Beli_Konsumen_pada_E-Commerce_Tokopedia)

Bakhtiar, H. M., Jayusman, H., & Jalaluddin, M. 2020. *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Nindy Pernak Pernik Pangkalan Bun*. Jurnal Magenta. Vol. 2, No. 2. 2020.

<https://magenta.untama.ac.id/index.php/1192012/article/view/50>

Do, Emilie Thao. 2012. *Emergence of The Korean Popular Culture In The World*. Internasional Business Turku University Of Applied Siences.

[https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/42870/Do\\_Thao.pdf](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/42870/Do_Thao.pdf)

Fadhal, Soraya dan Lestari Nurhajati. 2012. *Identifikasi Identitas Kaum Muda di Tengah Media Digital (Studi Aktivitas Kaum Muda Indonesia di Youtube)*. Jakarta.

<https://jurnal.uai.ac.id/index.php/SPS/article/view/60>

Fitri Anggraini. 2014. *Analisis Pengaruh Iklan Televisi Dan Endorser Terhadap Purchase Intention Pond's Men Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Vol. 2. No. 1.

<https://www.neliti.com/publications/131977/analisi-pengaruh-iklan-televisi-dan-endorser-terhadap-purchase-intention-dengan>

Kurniawan, Chintya Nagata & Annie Susanto. 2020. *Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image dan Testimoni di Instagram terhadap Minat Beli Konsumen*. Management & Accounting Expose Vol. 3, No. 2, Desember 2020. e-ISSN : 2620-9314.

<http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/accounting/article/download/236/354>

Laksmi, Aditya. Oktafani, Farah. 2017. *Pengaruh Electronic Word of mouth (Ewom) Terhadap Minat Beli Followers Instagram pada Warunk Upnormal*. 11, No 1 (1-12) ISSN: 2442-4943.

<https://onesearch.id/Record/IOS3142.article-149?widget=1>

Mubarok, Dadan Abdul Aziz. 2016. *Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore STIE INABA Bandung)*. Jurnal Indonesia Membangun Vol. 15, No. 3. September-Desember 2016. ISSN : 1412-6907.

<https://jurnal.inaba.ac.id/index.php/JIM/article/view/77>

Nurdin, Sahidillah, Vani Restiani & Riris. 2019. *Dampak Celebrity Endorser dan Iklan terhadap Minat beli Honda Beat*. Co-Management Vol. I, No. 2, Juni 2019.

<https://journal.ikopin.ac.id/index.php/co-management/article/download/163/125/608>

Sitanggang, Fajar Cristantra. Rahmat Hidayat, SE., MM. 2018. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Dan Kualitas Website Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Warunk Upnormal Di Kota Bandung Tahun 2018)*. e-Proceeding of Applied Science: Vol.4, No.2 Agustus 2018. ISSN: 2442-5826.

[https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/143900/jurnal\\_epr/oc/pengaruh-electronic-word-of-mouth-ewom-dan-kualitas-website-terhadap-minat-beli-studi-kasus-pada-warunk-upnormal-di-kota-bandung-tahun-2018-.pdf](https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/143900/jurnal_epr/oc/pengaruh-electronic-word-of-mouth-ewom-dan-kualitas-website-terhadap-minat-beli-studi-kasus-pada-warunk-upnormal-di-kota-bandung-tahun-2018-.pdf)

Syafitri, Putri Eka. 2019. *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Pengguna Sosial Media Instagram pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar*. Skripsi diterbitkan Universitas Muhammadiyah Makassar tahun 2019.

[https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/8318-Full\\_Text.pdf](https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/8318-Full_Text.pdf)

Utarsih, Henny. 2019. *Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Kartu AS (Studi Kasus pada Penduduk Bandung)*. Jurnal ILMAN, ISSN 2355-1488, Vol. 1, No. 2, September 2014.

<https://core.ac.uk/download/pdf/228469745.pdf>

# LAMPIRAN



## LAMPIRAN 1: Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

#### PENGARUH GRUP BAND KOREA “SEVENTEEN” SEBAGAI MODEL IKLAN LAZADA 11.11 TERHADAP MINAT BELI PRODUK DI E- COMMERCE LAZADA

(Survei kepada Konsumen E-Commerce Lazada di Jakarta Selatan, DKI  
Jakarta)

Perkenalkan Saya Nuraini Rodearni Sinaga, mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional. Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengukur **PENGARUH GRUP BAND KOREA “SEVENTEEN” SEBAGAI MODEL IKLAN LAZADA 11.11 TERHADAP MINAT BELI PRODUK DI E-COMMERCE LAZADA** (Survei kepada **Konsumen E-Commerce Lazada di Jakarta Selatan, DKI Jakarta**). Oleh karena itu untuk responden yang menonton iklan Lazada 11.11 yang dibintangi oleh *Seventeen*, konsumen Lazada, dan bertempat tinggal di Jakarta Selatan, DKI Jakarta mohon untuk mengisi kuesioner ini dengan kesungguhan. Tidak ada jawaban yang benar maupun yang salah dalam menjawab pertanyaan ini, sehingga kesungguhan anda dapat menjawab pertanyaan akan sangat memengaruhi hasil penelitian.

#### a. Profil Responden

Pada bagian ini, mohon untuk diisi dengan memberi tanda centang (✓) pada jawaban yang sesuai dengan data diri Anda.

1. Nama Lengkap:
2. Nomor Handphone
3. Jenis Kelamin:

- Wanita
- Laki – laki

4. Usia:

- 17 – 21 Tahun
- 22 – 26 Tahun
- 27 – 31 Tahun
- $\geq$  32 Tahun

5. Profesi:

- Pelajar/Mahasiswa
- Pegawai Negeri
- Karyawan Swasta
- Wirausaha
- Ibu Rumah Tangga

6. Tempat Tinggal:

- Kecamatan Cilandak
- Kecamatan Jagakarsa
- Kecamatan Kebayoran Baru
- Kecamatan Kebayoran Lama
- Kecamatan Mampang Prapatan
- Kecamatan Pancoran
- Kecamatan Pasar Minggu
- Kecamatan Pesanggrahan
- Kecamatan Setiabudi





- Kecamatan Tebet

**B. Petunjuk Pengisian:**

Para responden dimohon berkenan untuk menjawab seluruh pernyataan di bawah ini dengan memilih salah satu dari alternatif jawaban dengan memberi tanda centang (✓) pada kolom pernyataan.

Skor pertanyaan :

- (1) STS = Sangat Tidak Setuju
- (2) TS = Tidak Setuju
- (3) N = Netral/Ragu-ragu
- (4) S = Setuju
- (5) SS = Sangat Setuju

**Daftar Kuesioner variabel X dan Y**

**Kuesioner Variabel X (Model Iklan)**

**Dimensi *Credibility***

No.	Dimensi <i>Credibility</i>	SS	S	N	TS	STS
1.	Seventeen memiliki kemampuan untuk tampil sebagai model iklan (X1.1)					
2.	Seventeen memiliki pengalaman sebagai model iklan (X1.2)					
3.	Isi pesan dalam iklan yang disampaikan Seventeen dapat dipercaya (X1.3)					
4.	Isi pesan yang disampaikan Seventeen sesuai apa adanya (X1.4)					

### **Dimensi *Attraction***

<b>No.</b>	<b>Dimensi <i>Attraction</i></b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1.	Kepopuleran Seventeen menjadi daya tarik khalayak (X1.5)					
2.	Pencapaian prestasi yang dimiliki Seventeen menjadi daya tarik khalayak (X1.6)					
3.	Paras wajah dan fisik menarik yang dimiliki Seventeen menjadi daya tarik khalayak (X1.7)					
4.	Karakter pribadi yang bersifat positif yang dimiliki Seventeen menjadi daya tarik khalayak (X1.8)					

### **Dimensi *Power***

<b>No.</b>	<b>Dimensi <i>Power</i></b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1.	Seventeen memiliki pengaruh yang dapat menjangkau semua kalangan (X1.9)					
2.	Model iklan Seventeen berpengaruh dalam menjangkau khalayak dalam negeri maupun luar negeri (X1.10)					
3.	Model iklan Seventeen berpengaruh ke target pasar e-commerce (X1.11)					

### **Kuesioner Variabel Y (Minat Beli Konsumen)**

#### **Dimensi *Attention***

<b>No.</b>	<b>Dimensi <i>Attention</i></b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1.	Publikasi iklan yang dilakukan Lazada dengan menggunakan Seventeen sebagai model iklan dapat menarik perhatian konsumen (Y1.1)					
2.	Seventeen sebagai model iklan Lazada dapat menarik perhatian konsumen (Y1.2)					
3.	Isi konten dari iklan Lazada dengan menggunakan Seventeen sebagai model iklan dapat menarik perhatian konsumen (Y1.3)					

### **Dimensi *Interest***

<b>No.</b>	<b>Dimensi <i>Interest</i></b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1.	Konsumen tertarik dengan publikasi iklan yang dilakukan Lazada dengan menggunakan Seventeen sebagai model iklan (Y1.4)					
2.	Konsumen tertarik dengan Seventeen sebagai model iklan Lazada (Y1.5)					
3.	Konsumen tertarik dengan isi konten dari iklan Lazada dengan menggunakan Seventeen sebagai model iklan (Y1.6)					

### **Dimensi *Desire***

<b>No.</b>	<b>Dimensi <i>Desire</i></b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1.	Konsumen berminat membeli produk karena publikasi iklan yang dilakukan Lazada dengan menggunakan Seventeen sebagai model iklan (Y1.7)					
2.	Konsumen berminat membeli produk karena Seventeen sebagai model iklan Lazada (Y1.8)					
3.	Konsumen berminat membeli produk yang diiklankan karena isi konten dari iklan Lazada dengan menggunakan Seventeen sebagai model iklan (Y1.9)					

### **Dimensi *Action***

<b>No.</b>	<b>Dimensi <i>Action</i></b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1.	Konsumen membeli produk karena publikasi iklan yang dilakukan Lazada dengan menggunakan Seventeen sebagai model iklan (Y1.10)					
2.	Konsumen membeli produk karena Seventeen sebagai model iklan Lazada (Y1.11)					
3.	Konsumen membeli produk yang diiklankan karena isi konten dari iklan Lazada dengan menggunakan Seventeen sebagai model iklan (Y1.12)					

## LAMPIRAN 2: Output Validitas dan Reliabilitas Variabel X dan Y

### Output Validitas dan Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y

#### Output Validitas Variabel X

		Correlations											
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	,402	,313	,253	,644**	,575**	,569**	,284	,300	,281	,440	,630**
	Sig. (2-tailed)		,079	,180	,282	,002	,008	,009	,225	,199	,229	,052	,003
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.2	Pearson Correlation	,402	1	,383	,493*	,414	,430	,519*	,464*	,578**	,447*	,550*	,740**
	Sig. (2-tailed)	,079		,095	,027	,070	,059	,019	,039	,008	,048	,012	<.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.3	Pearson Correlation	,313	,383	1	,525*	,347	,630**	,462*	,795**	,349	,268	,464*	,697**
	Sig. (2-tailed)	,180	,095		,017	,133	,003	,040	<.001	,132	,252	,040	<.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.4	Pearson Correlation	,253	,493*	,525*	1	,074	,191	,327	,535*	,413	,345	,433	,577**
	Sig. (2-tailed)	,282	,027	,017		,755	,420	,160	,015	,070	,136	,057	,008
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.5	Pearson Correlation	,644**	,414	,347	,074	1	,619**	,674**	,187	,312	,497*	,498*	,684**
	Sig. (2-tailed)	,002	,070	,133	,755		,004	,001	,430	,181	,026	,025	<.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.6	Pearson Correlation	,575**	,430	,630**	,191	,619**	1	,813**	,629**	,255	,331	,480*	,748**
	Sig. (2-tailed)	,008	,059	,003	,420	,004		<.001	,003	,279	,155	,032	<.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.7	Pearson Correlation	,569**	,519*	,462*	,327	,674**	,813**	1	,608**	,300	,416	,749**	,810**
	Sig. (2-tailed)	,009	,019	,040	,160	,001	<.001		,004	,199	,068	<.001	<.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.8	Pearson Correlation	,284	,464*	,795**	,535*	,187	,629**	,608**	1	,343	,355	,693**	,734**
	Sig. (2-tailed)	,225	,039	<.001	,015	,430	,003	,004		,139	,125	<.001	<.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.9	Pearson Correlation	,300	,578**	,349	,413	,312	,255	,300	,343	1	,752**	,346	,684**
	Sig. (2-tailed)	,199	,008	,132	,070	,181	,279	,199	,139		<.001	,135	<.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.10	Pearson Correlation	,281	,447*	,268	,345	,497*	,331	,416	,355	,752**	1	,417	,696**
	Sig. (2-tailed)	,229	,048	,252	,136	,026	,155	,068	,125	<.001		,067	<.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.11	Pearson Correlation	,440	,550*	,464*	,433	,498*	,480*	,749**	,693**	,346	,417	1	,761**
	Sig. (2-tailed)	,052	,012	,040	,057	,025	,032	<.001	<.001	,135	,067		<.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Total	Pearson Correlation	,630**	,740**	,697**	,577**	,684**	,748**	,810**	,734**	,684**	,696**	,761**	1
	Sig. (2-tailed)	,003	<.001	<.001	,008	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	21

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

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

#### Output Reliabilitas Variabel X

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,892	11

## Output Validitas Variabel Y

		Correlations												
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Y1.11	Y1.12	Total2
Y1.1	Pearson Correlation	1	,823**	,691**	,599**	,684**	,593**	,511*	,627**	,391	,524*	,482*	,466*	,710**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	,005	<,001	,006	,021	,003	,088	,018	,031	,039	<,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y1.2	Pearson Correlation	,823**	1	,868**	,669**	,700**	,592**	,538*	,516*	,419	,537*	,673**	,507*	,758**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	,001	<,001	,006	,014	,020	,066	,015	,001	,023	<,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y1.3	Pearson Correlation	,691**	,868**	1	,686**	,688**	,655**	,477*	,449*	,290	,430	,616**	,620**	,718**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	,002	,033	,047	,215	,059	,004	,004	<,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.4	Pearson Correlation	,599**	,669**	,686**	1	,810**	,544*	,689**	,644**	,447*	,506*	,725**	,594**	,777**
	Sig. (2-tailed)	,005	,001	<,001		<,001	,013	<,001	,002	,048	,023	<,001	,006	<,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y1.5	Pearson Correlation	,684**	,700**	,688**	,810**	1	,694**	,727**	,758**	,594**	,677**	,797**	,690**	,882**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	,006	,001	<,001	<,001	<,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y1.6	Pearson Correlation	,593**	,592**	,655**	,544*	,694**	1	,760**	,756**	,757**	,803**	,775**	,705**	,893**
	Sig. (2-tailed)	,006	,006	,002	,013	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y1.7	Pearson Correlation	,511*	,538*	,477*	,689**	,727**	,760**	1	,893**	,841**	,862**	,863**	,475*	,902**
	Sig. (2-tailed)	,021	,014	,033	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	,034	<,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y1.8	Pearson Correlation	,627**	,516*	,449*	,644**	,758**	,756**	,893**	1	,755**	,787**	,714**	,359	,854**
	Sig. (2-tailed)	,003	,020	,047	,002	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	,120	<,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y1.9	Pearson Correlation	,391	,419	,290	,447*	,594**	,757**	,841**	,755**	1	,901**	,778**	,460*	,819**
	Sig. (2-tailed)	,088	,066	,215	,048	,006	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	,041	<,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y1.10	Pearson Correlation	,524*	,537*	,430	,506*	,677**	,803**	,862**	,787**	,901**	1	,792**	,448*	,871**
	Sig. (2-tailed)	,018	,015	,059	,023	,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	,048	<,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y1.11	Pearson Correlation	,482*	,673**	,616**	,725**	,797**	,775**	,863**	,714**	,778**	,792**	1	,647**	,916**
	Sig. (2-tailed)	,031	,001	,004	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		,002	<,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y1.12	Pearson Correlation	,466*	,507*	,620**	,594**	,690**	,705**	,475*	,359	,460*	,448*	,647**	1	,699**
	Sig. (2-tailed)	,039	,023	,004	,006	<,001	<,001	,034	,120	,041	,048	,002		<,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Total2	Pearson Correlation	,710**	,758**	,718**	,777**	,882**	,893**	,902**	,854**	,819**	,871**	,916**	,699**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	21

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

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Output Reliabilitas Variabel

Y

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,952	12



### LAMPIRAN 3 : Jawaban Kuesioner Penelitian Variabel X dan Y

#### Jawaban Kuesioner Penelitian

#### Jawaban Kuesioner Variabel X

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	Total
1	5	4	3	4	4	3	4	4	5	5	5	46
2	3	4	4	5	4	3	4	5	4	5	5	46
3	3	3	3	4	5	5	4	5	3	4	5	44
4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	52
6	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4	51
7	5	5	4	3	4	3	5	5	4	4	4	46
8	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	47
9	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	49
10	5	4	5	4	5	4	5	4	3	5	5	49
11	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	52
12	5	5	4	4	4	4	3	5	3	4	4	45

13	5	5	4	4	5	4	4	3	4	3	5	46
14	4	5	3	4	4	3	4	4	3	5	4	43
15	3	4	3	4	3	4	4	3	5	3	5	41
16	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	50
17	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	3	49
18	5	5	5	3	4	3	4	5	3	5	4	46
19	3	4	4	5	4	3	4	4	5	3	3	42
20	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4	3	48
21	5	5	5	5	5	4	3	5	3	5	5	50
22	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	53
23	5	4	4	4	3	4	5	3	4	3	5	44
24	4	3	5	3	4	3	5	5	3	5	4	44
25	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	50
26	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
27	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	4	47





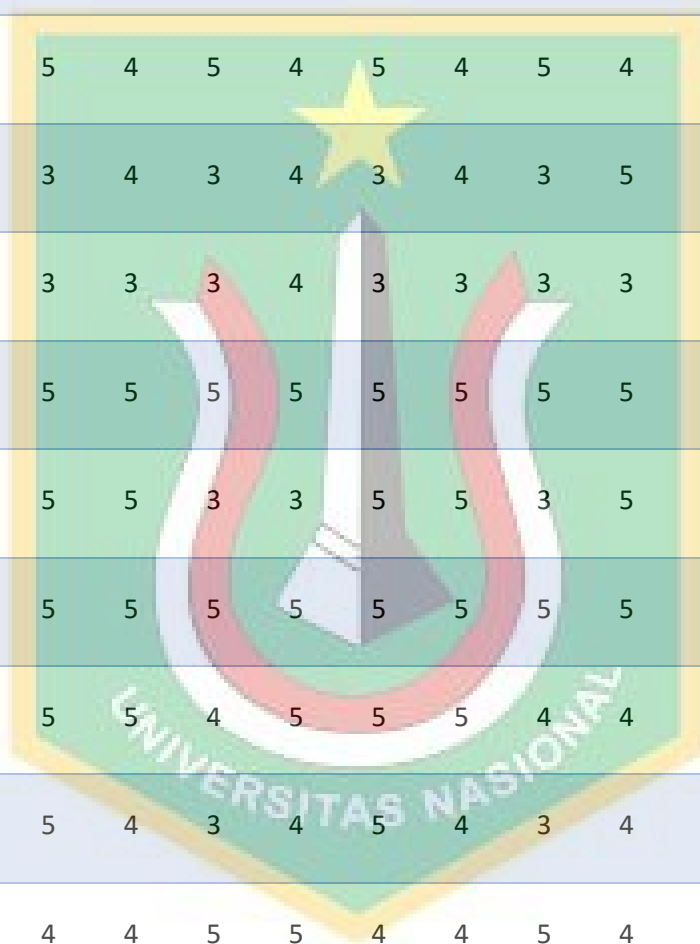
28	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	5	44
29	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	45
30	5	5	3	3	4	4	5	4	4	4	5	46
31	5	5	5	4	5	4	3	5	3	4	4	47
32	4	4	5	4	3	5	4	3	5	5	5	47
33	5	5	4	3	4	4	5	5	3	4	5	47
34	5	5	5	5	5	3	4	3	3	5	5	48
35	4	5	4	3	4	3	5	4	4	4	4	44
36	5	4	3	5	3	4	5	3	4	4	4	44
37	5	3	4	5	4	5	3	5	4	5	4	47
38	5	5	5	5	4	4	4	4	3	5	5	49
39	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	47
40	4	4	5	3	4	3	3	4	3	4	5	42
41	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	3	45
42	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	51



43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
44	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	41
45	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	41
46	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	43
47	4	4	5	4	3	5	4	5	4	3	4	45
48	4	4	5	4	5	5	5	5	3	4	5	49
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
50	4	5	4	5	3	4	5	5	4	4	5	48
51	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	49
52	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	53
53	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	54
54	5	3	4	4	5	5	5	4	3	4	4	46
55	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	40
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44



58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
59	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	42
60	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	48
61	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	40
62	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	47
63	4	3	4	3	4	3	4	3	5	5	4	42
64	5	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	36
65	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	53
66	4	5	5	3	3	5	5	3	5	3	5	46
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
68	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	50
69	3	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	44
70	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	49
71	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	48
72	4	5	5	3	4	5	5	3	5	5	5	49



73	3	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	48
74	4	5	5	5	4	5	5	5	4	1	4	47
75	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	48
76	5	3	3	4	3	3	3	4	5	4	3	40
77	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	51
78	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	50
79	4	5	5	3	4	5	5	3	4	5	5	48
80	3	3	4	3	5	3	4	3	3	4	4	39
81	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	50
82	4	5	5	5	3	5	5	5	4	3	5	49
83	3	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	49
84	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	45
85	5	4	3	3	3	4	3	3	5	5	5	43
86	5	5	5	3	2	5	5	3	4	5	5	47
87	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	53

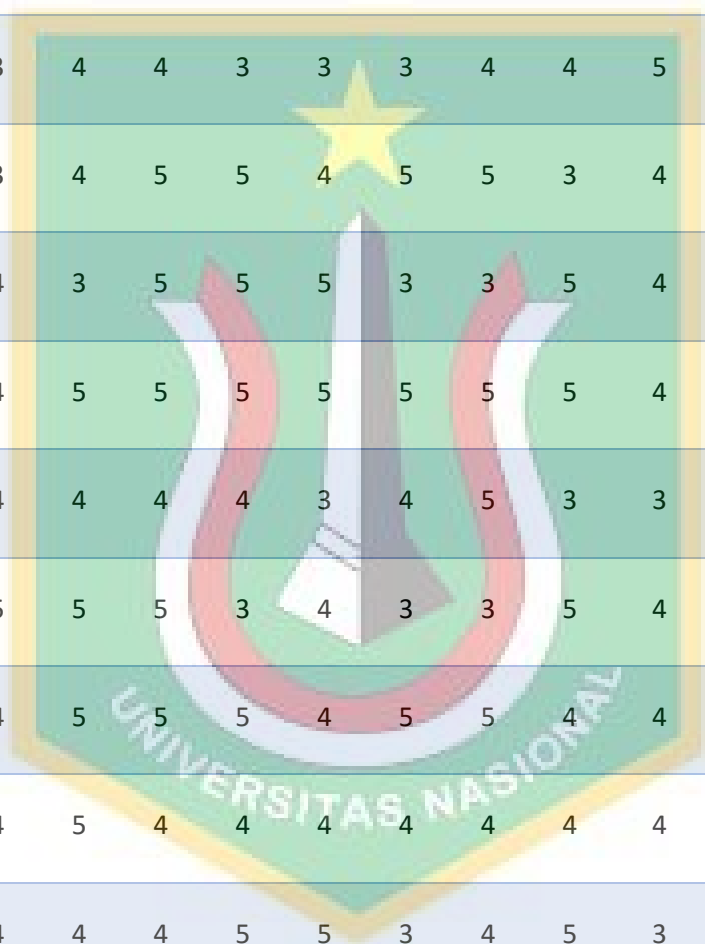


88	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	50
89	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	43
90	4	4	4	3	3	4	4	3	5	5	4	4	43
91	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	3	4	49
92	4	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	4	50
93	5	4	4	5	5	4	4	5	5	3	5	4	49
94	3	5	5	4	4	5	5	4	3	5	4	4	47
95	4	5	5	4	5	5	5	4	5	3	5	4	50
96	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	47
97	3	5	4	5	5	5	4	5	4	5	3	4	48
98	5	5	3	5	5	5	3	5	4	4	4	4	48
99	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	53
100	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	3	4	49
													0

Jawaban Kuesioner Variabel Y

No.	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Y1.11	Y1.12	Total
1	4	4	4	3	4	4	3	3	4	5	5	5	48
2	5	5	5	4	5	3	3	4	5	4	5	5	53
3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	44
4	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	4	5	55
5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	3	4	4	52
6	5	5	5	5	5	5	4	3	5	3	5	4	54
7	5	4	5	4	3	4	3	5	5	4	5	5	52
8	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	55
9	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	56
10	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	4	51
11	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	57
12	4	4	5	4	4	4	4	3	5	5	4	3	49
13	4	4	3	4	4	5	3	4	3	4	5	5	48
14	5	5	4	3	4	4	3	4	4	5	4	3	48

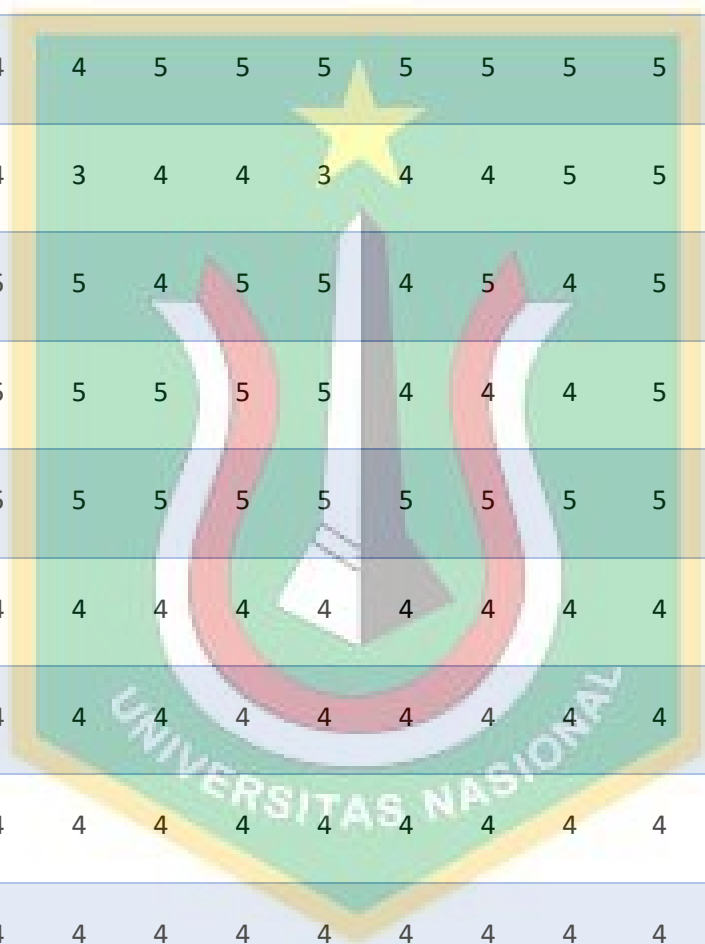
15	4	5	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4	47
16	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	5	3	53
17	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	56
18	5	4	5	5	3	4	3	4	5	4	4	4	50
19	4	3	4	4	3	3	3	4	4	5	3	4	44
20	4	3	4	5	5	4	5	5	3	4	5	4	51
21	5	4	3	5	5	5	3	3	5	4	5	5	52
22	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	57
23	5	4	4	4	4	3	4	5	3	3	3	5	47
24	5	5	5	5	3	4	3	3	5	4	4	4	50
25	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	3	54
26	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	50
27	5	4	4	4	5	5	3	4	5	3	4	5	51
28	5	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	52
29	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	53



30	4	5	4	3	3	4	4	5	4	5	5	5	51
31	5	3	4	5	4	5	4	3	5	5	4	5	52
32	4	5	3	5	4	3	5	4	3	5	3	5	49
33	5	3	5	4	3	4	4	5	5	3	5	5	51
34	4	5	3	5	5	5	3	4	3	3	5	4	49
35	5	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	48
36	5	4	5	3	5	3	4	5	3	4	4	4	49
37	4	4	4	4	5	4	5	3	5	5	5	4	52
38	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	54
39	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	50
40	5	4	4	5	3	4	3	3	4	3	4	4	46
41	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	50
42	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	5	45
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
44	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	45

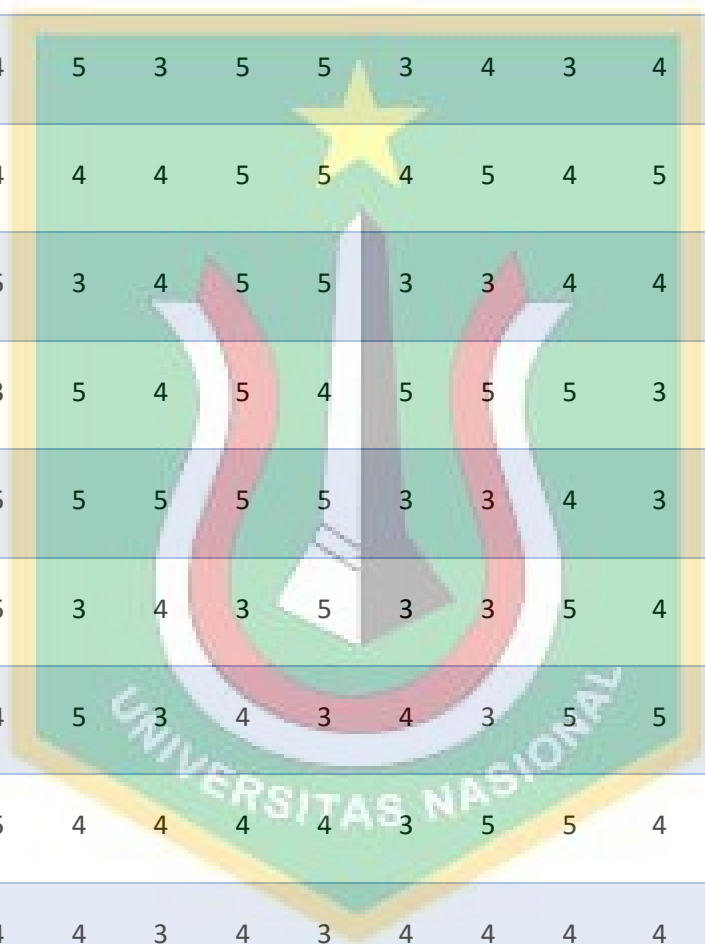


45	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	45
46	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	46
47	4	5	5	4	4	5	4	3	5	5	5	5	54
48	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
49	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57
50	4	4	3	4	4	3	4	4	5	5	4	3	47
51	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	55
52	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	57
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
59	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	42



60	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	42
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
62	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	49
63	3	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	52
64	3	3	3	5	5	5	4	4	3	4	3	4	46
65	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	52
66	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	5	5	50
67	4	3	5	4	4	4	4	5	3	3	3	3	45
68	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	55
69	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	55
70	4	5	5	4	3	3	4	4	5	5	5	5	52
71	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	51
72	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	51
73	4	3	5	3	3	4	4	4	4	5	4	5	48
74	3	4	3	3	4	5	5	5	4	4	4	5	49

75	4	4	4	3	3	3	3	3	5	3	5	5	45
76	4	4	3	4	4	5	4	3	5	4	4	5	49
77	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5	4	1	49
78	5	4	5	4	3	5	3	4	5	4	5	4	51
79	3	4	5	3	5	5	3	4	3	4	5	4	48
80	3	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	53
81	5	5	3	4	5	5	3	3	4	4	5	5	51
82	3	3	5	4	5	4	5	5	5	3	4	5	51
83	5	5	5	5	5	5	3	3	4	3	3	4	50
84	4	5	3	4	3	5	3	3	5	4	3	4	46
85	4	4	5	3	4	3	4	3	5	5	4	3	47
86	5	5	4	4	4	4	3	5	5	4	4	5	52
87	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	46
88	3	4	5	4	4	5	5	5	3	3	5	5	51
89	4	3	4	5	4	5	4	5	5	3	4	5	51



90	5	4	4	3	4	5	5	4	5	5	4	5	53
91	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	50
92	4	3	5	5	5	3	5	5	3	4	5	4	51
93	5	4	3	3	3	5	4	4	4	3	5	5	48
94	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	55
95	3	4	3	4	5	3	4	4	5	5	3	4	47
96	3	5	4	3	4	5	4	4	4	5	5	3	49
97	4	5	3	5	5	4	5	5	5	4	3	5	53
98	5	3	5	4	4	4	3	4	5	4	5	3	49
99	4	4	4	3	4	5	3	4	5	4	4	4	48
100	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	51
													0





UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

**BIODATA ALUMNI MAHASISWA**

**SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2023**

Nama Mahasiswa : NIURAINI RODEARNI SINAGA  
NPM : 193516516465  
Prodi / Konsentrasi : ILMU KOMUNIKASI/PUBLIC RELATIONS  
Tempat, Tgl. Lahir : PEMATANGSIANTAR, 09 APRIL 2000  
Alamat Rumah : JL. NAGAHUTA GANG. ANTARA KANAN,  
SIANTAR SITALASARI, PEMATANG SIANTAR,  
SUMATERA UTARA, 21137  
Telepon Rumah : -  
Telepon Kantor : -  
HP : 082169264330  
Alamat Kantor : -  
E mail : rodearni.dear@gmail.com

Jakarta, 4 September 2023

Alumni,

NIURAINI RODEARNI SINAGA

**LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI**

Nama : Nuraini Rodearni Sinaga  
NPM : 193516516465  
Fakultas/Akademik : FISIP (Ilmu sosial dan Ilmu politik)  
Prodi & Konsentrasi : ILMU KOMUNIKASI ( Public Relations)  
Tanggal Sidang : 24 AGUSTUS 2023

**JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA**

**PENGARUH DAYA TARIK GRUP BAND KOREA SEVENTEEN SEBAGAI  
MODEL IKLAN LAZADA 11.11 TERHADAP MINAT BELI PRODUK DI  
LAZADA  
(SURVEI KEPADA KONSUMEN LAZADA DI JAKARTA SELATAN, DKI  
JAKARTA)**

**JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS**

**THE INFLUENCE OF THE ATTRACTIVENESS OF THE KOREAN BAND  
GROUP SEVENTEEN AS A LAZADA 11.11 ADVERTISING MODEL ON  
PRODUCT PURCHASE INTENTION AT LAZADA  
(SURVEY OF LAZADA CONSUMERS IN SOUTH JAKARTA, DKI JAKARTA)**

**TANDA TANGAN DAN TANGGAL**

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL: 9/9/23	TGL: 9/9/2023	TGL: 4/9/2023
		



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

**FORMULIR 4**  
**PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : NURAINI RODEARNI SINAGA  
Nomor Pokok Mahasiswa : 19356516465  
Fakultas / Akademik : FISIP (ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK)  
Prodi / Konsentrasi : ILMU KOMUNIKASI (PUBLIC RELATIONS)  
Judul Skripsi : PENGARUH DAYA TARIK GRUP BAND KOREA SEVENTEEN  
SEBAGAI MODEL IKLAN LAZADA 11.11 TERHADAP MINAT BELI PRODUK DI LAZADA  
(SURVEI KEPADA KONSUMEN LAZADA DI JAKARTA SELATAN, DKI JAKARTA)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 24, Agustus, 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, Agustus, 2023

Ketua Sidang : Dr. Aos Yuli Firdaus, S.t.P., M.Si

Penguji I : Nursatyo, S.Sos., M.Si.

Penguji II : Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si.

Keterangan :

\*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan **LULUS**, halaman ini tidak dijilid.



**UNIVERSITAS NASIONAL**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,  
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

Jl. Sawo Manila No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833907, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719  
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : [febunas49@gmail.com](mailto:febunas49@gmail.com)

**PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI**

Nomor : 223/D/X/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional dengan ini menugaskan kepada :

Nama Dosen : **Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si.**

Sebagai Pembimbing skripsi Semester Genap Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa : Nuraini Rodearni Sinaga  
Nomor Pokok : 193516516465  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Bidang Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- o Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian
- o Mendampingi mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitian
- o Mengarahkan/membimbing mahasiswa dalam penelitian dan penulisan skripsi

Tugas dan wewenang ini berlaku paling lama untuk jangka waktu 2 (dua) semester, sejak tanggal penugasan ini ditanda tangani.

Jakarta, Selasa, 4 Maret 2023  
Dekan,



**Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si**  
N.I.P. : 0109150857

**Tembusan :**

1. Wakil Dekan FISIP;
2. Ka. Program Studi;
3. Arsip;





**UNIVERSITAS NASIONAL**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,  
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi  
Jl. Sawo Manis No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719  
P.O. Box 4341 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : [febanus49@gmail.com](mailto:febanus49@gmail.com)

**KONSULTASI BIMBINGAN**

Npm : 193516516465  
Nama : NURAINI RODEARNI SINAGA  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

**KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL**

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
12 October, 2022	<p>upaya sebuah perusahaan atau organisasi untuk mencapai keberhasilan membangun citra perusahaan ditentukan oleh persepsi konsumen terhadap selebritas yang akan menjadi ikon perusahaan tersebut. jika perusahaan mengharapkan akan mendapatkan citra yang baik pada produk dan perusahaan, maka perusahaan dapat menggunakan pendukung yang memiliki citra positif.</p> <p>hasil survei ini menunjukkan bahwa selebriti k-pop memiliki dampak yang signifikan terhadap citra merek produk di thailand.</p> <p>tantangan utama bagi pemasar adalah membangun citra merek yang kuat. citra merek yang kuat adalah suatu keharusan bagi setiap bisnis karena citra merek adalah aset perusahaan yang sangat berharga. membangun reputasi dan citra merek membutuhkan kerja keras dan kepribadian yang kuat. citra merek yang kuat dapat membangun nama produk yang hebat.</p> <p>dari latar belakang di atas, peneliti melihat bahwa di tahun 2021 lazada berada pada urutan ke-3 sebagai <i>e-commerce top brand</i>. selain itu, strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh lazada juga sama dengan beberapa <i>e-commerce</i> lainnya, dengan menggunakan model iklan yang berasal dari korea selatan. dari penelitian sebelumnya didapatkan hasil bahwa model iklan atau <i>celebrity endorser</i> berpengaruh dalam membangun dan mempertahankan citra merek.</p> <p>peneliti setuju untuk meneliti <i>seventeen</i> sebagai model iklan lazada 11.11 karena prestasi, reputasi dan citra yang mereka miliki, yang diharapkan mampu memberikan pengaruh positif terhadap citra merek <i>e-commerce lazada</i>. peneliti juga ingin mengetahui apakah apakah ada dan seberapa besar pengaruh <i>seventeen</i> sebagai model iklan lazada 11.11 dengan citra merek <i>e-commerce lazada</i>. sehingga penelitian ini berjudul "<b>analisis pengaruh grup band korea seventeen sebagai model iklan lazada 11.11 terhadap citra merek <i>e-commerce lazada</i></b>".</p>	Sudah Ditanggapi

**KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR**

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
---------	-------------------	--------

1 August, 2023	a. diskusi keseluruhan bab 1 b. penambahan data di latar belakang	Sudah Ditanggapi
2 August, 2023	a. diskusi dan revisi keseluruhan bab 1 b. cek footnote dan kutipan	Sudah Ditanggapi
2 August, 2023	a. diskusi dan revisi keseluruhan bab 1-3 b. perbaiki footnote dan kutipan	Sudah Ditanggapi
2 August, 2023	a. diskusi keseluruhan bab 3 b. kelengkapan data footnote dan kutipan c. pengecekan kuesioner	Sudah Ditanggapi
2 August, 2023	a. revisi bab 1 latar belakang data masih kurang b. pengecekan hasil validitas dan reliabilitas	Sudah Ditanggapi
2 August, 2023	a. revisi keseluruhan bab 1-3 b. konsultasi mengenai bab 4 analisis penelitian	Sudah Ditanggapi
2 August, 2023	a. konsultasi perbaikan bab 4-5 b. cek kelengkapan skripsi	Sudah Ditanggapi
2 August, 2023	a. cek data dan kelengkapan skripsi b. perbaiki salah kata dan penambahan data	Sudah Ditanggapi



WhatsApp | Document | SKPI-Unas | Document | 13.31 | 07/09/2023

USD/IDR +0.23%

ST BAHU BERKUALITAS  
PILIHAN INSPIRASI

DATA SKPI - UNIVERSITAS NASIONAL

Nomor	Uraian Kegiatan	Uraian Kegiatan (In English)	Jenis Kompetensi	Skor	Dokumen	Status	Tools
1	Webinar Nasional Ilmu Komunikasi bertema "Kewajiban Public Speaking" pada 23 Juli 2023. Hadiri sebagai peserta	National Webinar on Communication Studies with the theme "The Miracle of Public Speaking" on July 23rd 2023. attended as participants	KPL	200	↓	Disebut	✓
2	Webinar Nasional Ilmu Komunikasi bertema "3 Tips Pemasaran Ketika Presentasi" pada 24 Juli 2023. Hadiri sebagai peserta	National Webinar on Communication Studies with the theme "3 Tips for Confidence When Presenting" on July 24th 2023. attended as participants	KPL	200	↓	Disebut	✓
3	Webinar Nasional Ilmu Komunikasi Bertema "Konten Digital Kita Bisa Punya Hak Cipta? In Streaming" pada 25 Juli 2023. Hadiri sebagai peserta	National Webinar on Communication Studies with the theme "Can our Digital Content Have Copyright? These are the Requirements" on July 25th 2023. attended as participants	KPL	200	↓	Disebut	✓
4	Webinar Nasional Ilmu Komunikasi bertema "Public Speaking Series: Siap Berkomunikasi di Era Revolusi AI?" pada 21 Juli 2023. Hadiri sebagai peserta	The National Webinar on Communication Studies with the theme "Public Speaking Series: Ready to Communicate in the AI Revolution Era" on July 21st 2023. attended as participants	KPL	200	↓	Disebut	✓
5	Webinar Nasional Ilmu Komunikasi bertema "Build Your Personal Branding With Public Speaking" pada 22 Juli 2023. Hadiri sebagai peserta	National Webinar on Communication Studies with the theme "Build Your Personal Branding With Public Speaking" on July 22nd 2023. attended as participants	KPL	200	↓	Disebut	✓
6	Peserta TOEFL	TOEFL participant	KPL	500	↓	Disebut	✓

Jumlah Skor  
KPL 0  
KPL -1500  
KPL 0  
Skor yang Disebut 1500

**11%**  
SIMILARITY INDEX

**11%**  
INTERNET SOURCES

**5%**  
PUBLICATIONS

**%**  
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	repositori.usu.ac.id Internet Source	<b>2%</b>
<b>2</b>	media.neliti.com Internet Source	<b>1%</b>
<b>3</b>	digilib.unila.ac.id Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	123dok.com Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>5</b>	repository.uir.ac.id Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>6</b>	riset.unisma.ac.id Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>7</b>	dewey.petra.ac.id Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	Ari Kartiko, Jaya Roza Azzukhrufi. "Pengaruh Budaya Organisasi Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Pendidik Di Madrasah Aliyah Nahdlatul Ulama Mazro'atul Ulum Paciran",	<b>&lt;1%</b>

Copyright © 2015