# UNIVERSITAS GUNADARMA FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI



### PENGARUH TERPAAN DAN KUALITAS INFORMASI PADA AKUN INSTAGRAM @ROSEALLDAY.CO TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF FOLLOWERS

Disusun Oleh :

Nama : Fadila Salwa Assyiffa

NPM : 12819128

Jurusan : Ilmu Komunikasi Pembimbing : Dr. Amri Dunan, SE., MSi.

Diajukan Guna Sebagian Syarat

Dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

### JAKARTA 2023

# LEMBAR PENGESAHAN

### KOMISI PEMBIMBING

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **NO** | **NAMA** | **KEDUDUKAN** |
| 1. | Dr. Amri Dunan, SE., MSi. | Ketua |
| 2. | Dr. Sudaryono, SE., MM. | Anggota |
| 3. | Yanti Trianita.,S.I.Kom., MM. | Anggota |
|  | Tanggal Sidang : | 24 Agustus 2023 |

# PANITIA UJIAN

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **NO** | **NAMA** | **KEDUDUKAN** |
| 1. | Dr.Ravi Ahmad Salim | Ketua |
| 2. | Prof. Dr. Wahyudi Priyono | Sekretaris |
| 3. | Dr. Amri Dunan, SE., MSi | Anggota |
| 4. | Dr. Sudaryono, SE., MM. | Anggota |
| 5. | Yanti Trianita.,S.I.Kom., MM. | Anggota |
|  | Tanggal Lulus : | 24 Agustus 2023 |

**Mengetahui,**

|  |  |
| --- | --- |
| **Pembimbing**  **(Dr. Amri Dunan, SE., MSi.)** | **Bagian Sidang Ujian**  **(Dr. Edi Sukirman, SSi, MM*,*** **M.I.Kom)** |

### PERNYATAAN ORIGINALITAS DAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, Nama : Fadila Salwa Assyiffa

NPM : 12819129

Prodi : S1-Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Dan Kualitas Informasi Pada Akun Instagram @roseallday.co Terhadap Perilaku Konsumtif *Followers*.

Dengan ini menyatakan bahwa penulisan ini adalah merupakan hasil karya saya sendiri dan dapat dipublikasikan sepenuhnya oleh Universitas Gunadarma. Segala kutipan dalam bentuk apapun telah mengikuti kaidah dan etika yang berlaku. Mengenai isi dan tulisan adalah tanggung jawab Penulis, bukan Universitas Gunadarma.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran.

Tangerang, 27 Juli 2023

(Fadila Salwa Assyiffa)

### ABSTRAK

#### Fadila Salwa Assyiffa, 12819129

**PENGARUH TERPAAN DAN KUALITAS INFORMASI PADA AKUN INSTAGRAM @ROSEALLDAY.CO TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF FOLLOWERS**

Kata kunci: Sosial Media Instagram, Perilaku Konsumtif, Teori *Uses and Gratification*

(xv + 100 + Lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan dan kualitas informasi pada akun Instagram @roseallday.co terhadap perilaku konsumtif *followers*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Populasi dalam penelitian ini adalah followers akun Instagram @roseallday.co yang berjumlah 188.000 dengan jumlah sampelnya adalah sebanyak 400 responden dengan menggunakan rumus slovin dan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengambilan data menggunakan kuesioner dan studi pusaka. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa terdapat Pengaruh Terpaan Dan Kualitas Informasi Pada Akun Instagram @Roseallday.Co Terhadap Perilaku Konsumtif *Followers*, yang dibuktikan dari nilai R Square 0,487 yang berarti nilai korelasi antara variabel X1, variabel X2 dan variabel Y sebesar 48,7% Y = 20,399

+ 0,630X1 + 0,999 X2 nilai konstanta (A) sebesar 20,399 yang berarti positif. Jurnal (2015 – 2020)

***ABSTRACT***

#### Fadila Salwa Assyiffa, 12819129

##### THE INFLUENCE OF EXPOSURE AND INFORMATION QUALITY ON INSTAGRAM @ROSEALLDAY.CO ACCOUNTS ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF FOLLOWERS

*Keywords: Social Media Instagram, Consumptive Behaviour, Uses and Gratification Theory*

*(xv + 100 + Appendix)*

*This study aims to determine the effect of exposure and quality of information on the Instagram account @roseallday.co on followers' consumptive behavior. This research uses a quantitative approach with a survey method. The population in this study were followers of the Instagram account @roseallday.co, totaling 188,000 with a total sample of 400 respondents using the slovin formula and taking samples using a purposive sampling technique. Collecting data using questionnaires and heritage studies. The results of this study indicate that there is an influence of exposure and quality of information on the @Roseallday.Co Instagram account on the consumptive behavior of followers, as evidenced by the R Square value of 0.487, which means that the correlation value between variable X1, variable X2 and variable Y is 48.7% Y = 20.399 + 0.630X1 + 0.999 X2 constant value (A) of 20.399 which means positive.*

*Journals (2015 – 2022)*

### KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada tuhan semesta alam Allah SWT yang telah melimpahkan berkat, rahmat, dan karunianya yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan Penulisan Ilmiah ini

Penulisan Ilmiah ini disusun guna melengkapi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana muda Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma. Adapula judul penulisan ini adalah “Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi pada Akun Instagram @roseallday Terhadap Perilaku Konsumtif Followers”.

Walaupun terdapat banyak kesulitan yang penulis hadapi ketika menyusun penulisan ilmiah ini, namun berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak akhirnya tugas ini dapat diselesaikan dengan baik. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih, kepada :

1. Prof. Dr. E.S. Margianti, SE.,MM selaku Rektor Universitas Gunadarma.
2. Dr. Nuriyati Samatan selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma
3. Dr. Dinda Rakhma Fitriani, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma .
4. Dr. Edi Sukirman, SSi, MM. M.I.Kom Selaku Kepala Bagian Sidang Ujian.
5. Dr. Amri Dunan, SE., MSi., M.S. Selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan mendukung penulis dalam menyelesaikan hasil karya penulisan ilmiah ini.
6. Kedua orang tua saya, yaitu Ayah saya yang bernama Abdul Kadir dan Ibu saya yang bernama Rohamah yang selalu menyemangati saya untuk menyelesaikan penelitian ilmiah ini.
7. Lily Rusmita, Melani Fitriani dan Preudica, Intan Kurniawan selaku teman – teman saya yang telah membantu dan mendukung saya
8. Teman-teman dari kelompok bimbingan dan teman - teman dari kelas 4MA18 yang telah membantu dan mendukung saya.

Akhir kata, hanya kepada Tuhan, segalanya dikembalikan dan penulis sadari bahwa penulisan ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran

yang membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan Penulisan Ilmiah ini. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih dan semoga Penulisan Ilmiah ini dapat bermanfaat dan menjadi referensi bagi pembaca dan peneliti selanjutnya.

Jakarta, 27 Juli 2023

Penulis Fadila Salwa Assyiffa

### LEMBAR PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

* 1. Ayah dan Ibu saya yang tak henti – hentinya mendungkung saya baik moral maupun materil serta memberikan doa dan semangat kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan kuliah saya dengan lulus tepat waktu.
  2. Teman – teman saya yang telah memberikan doa dan dukungan kepada saya sehingga saya semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
  3. Seluruh rekan bimbingan skripsi yang selalu membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

### DAFTAR ISI

[HALAMAN JUDUL i](#_bookmark0)

[LEMBAR PENGESAHAN ii](#_bookmark1)

[PERNYATAAN ORIGINALITAS DAN PUBLIKASI iii](#_bookmark2)

[ABSTRAK iv](#_bookmark3)

[ABSTRACT v](#_bookmark4)

[KATA PENGANTAR vi](#_bookmark5)

[LEMBAR PERSEMBAHAN viii](#_bookmark6)

[DAFTAR ISI ix](#_bookmark7)

[DAFTAR GAMBAR xiii](#_bookmark8)

[DAFTAR TABEL xiv](#_bookmark9)

[BAB I PENDAHULUAN 1](#_bookmark10)

* 1. [Latar Belakang 1](#_bookmark11)
  2. [Rumusan Masalah 17](#_bookmark20)
  3. [Tujuan Penelitian 17](#_bookmark21)
  4. [Batasan Masalah 18](#_bookmark22)
  5. [Manfaat Penelitian 18](#_bookmark23)
     1. [Manfaat Teoritis 18](#_bookmark24)
     2. [Manfaat Praktis 18](#_bookmark25)
  6. [Metode Penelitian 18](#_bookmark26)
  7. [Sistematika Penulisan 19](#_bookmark27)

[BAB II TINJAUAN PUSTAKA 20](#_bookmark28)

* 1. [Landasan Konseptual 20](#_bookmark29)
     1. [Komunikasi 20](#_bookmark30)
     2. [New Media 21](#_bookmark31)
        1. [Karakteristik New Media 22](#_bookmark32)
     3. [Media Sosial 23](#_bookmark33)
        1. [Karakterisktik Media Sosial 24](#_bookmark34)
     4. [Instagram 25](#_bookmark35)
     5. [Terpaan Media 28](#_bookmark36)
     6. [Kualitas Infromasi 29](#_bookmark37)
     7. [Perilaku 30](#_bookmark38)
     8. [Perilaku Konsumtif 31](#_bookmark39)
     9. [Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif 34](#_bookmark40)
  2. [Landasan Teori 35](#_bookmark41)
     1. [Teori Uses and Gratification 35](#_bookmark42)
  3. [Penelitian Terdahulu 37](#_bookmark43)
  4. [Kerangka Pemikiran 43](#_bookmark45)
  5. [Hipotesis 44](#_bookmark47)

[BAB III METODELOGI PENELITIAN 45](#_bookmark48)

* 1. [Subjek dan Objek Penelitian 45](#_bookmark49)
     1. [Subjek Penelitian 45](#_bookmark50)
     2. [Objek Penelitian 45](#_bookmark51)
  2. [Pendekatan Penelitian 45](#_bookmark52)
  3. [Paradigma Penelitian 46](#_bookmark53)
  4. [Metode Pengumpulan Data 46](#_bookmark54)
  5. [Populasi dan Sampel 47](#_bookmark55)
  6. [Sumber Data 49](#_bookmark56)
  7. [Pengukuran Instrument Penelitian 49](#_bookmark57)
  8. [Definisi Konsep Dan Operasional Variabel 50](#_bookmark58)
     1. [Operasional Variabel 51](#_bookmark59)
  9. [Teknik Pengolahan Data 54](#_bookmark60)
  10. [Teknik Analisis Data 54](#_bookmark61)
      1. [Uji Validitasi Data 55](#_bookmark62)
      2. [Uji Realibilitas Data 55](#_bookmark63)
      3. [Uji Asumsi Klasik 56](#_bookmark64)
         1. [Uji Normalitas 56](#_bookmark65)
         2. [Uji Heterokedastitas 56](#_bookmark66)
         3. [Uji Multikolinearitas 56](#_bookmark67)
      4. [Koefisien Determinasi 56](#_bookmark68)
      5. [Analisis Regresi Linear Berganda 57](#_bookmark69)
      6. [Uji Hipotesis 57](#_bookmark70)
         1. [Uji Parsial (Uji T) 57](#_bookmark71)
         2. [Uji Simultan (Uji F) 58](#_bookmark72)

[BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 59](#_bookmark73)

* 1. [Hasil Penelitian 59](#_bookmark74)
     1. [Deskripsi Objek Penelitian 59](#_bookmark75)
        1. [Akun Instagram @roseallday.co 60](#_bookmark77)
  2. [Deskripsi Data 60](#_bookmark79)
     1. [Hasil Analisis Data Responden 60](#_bookmark80)
        1. [Hasil Analisis Usia Responden 61](#_bookmark81)
     2. [Analisis Data Penelitian 62](#_bookmark83)
        1. [Analisis Deskriptif Variabel X1 (Terpaan Media) 62](#_bookmark84)
        2. [Hasil Analisis Pernyataan Variabel X2 (Kualitas Informasi) 65](#_bookmark88)
        3. [Hasil Analisis Pernyataan Variabel Y (Perilaku Konsumtif) 68](#_bookmark93)
     3. [Hasil Uji Validitas 75](#_bookmark102)
     4. [Hasil Uji Realibilitas 77](#_bookmark106)
        1. [Hasil Uji Realibilitas Variabel X1 (Terpaan Media) 77](#_bookmark107)
        2. [Hasil Uji Realibilitas Variabel X2 (Kualitas Informasi) 78](#_bookmark109)
        3. [Hasil Uji Realibilitas Variabel Y (Perilaku Konsumtif) 78](#_bookmark111)
     5. [Hasil Uji Asumsi Klasik 79](#_bookmark113)
        1. [Hasil Uji Normalitas 79](#_bookmark114)
        2. [Hasil Uji Heterokedastitas 80](#_bookmark116)
        3. [Uji Multikolinearitas 81](#_bookmark118)
     6. [Hasil Uji Koefisien Determinasi 82](#_bookmark120)
     7. [Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda 84](#_bookmark124)
     8. [Hasil Uji Hipotesis 85](#_bookmark126)
        1. [Hasil Uji T 85](#_bookmark127)
        2. [Hasil Uji F 86](#_bookmark129)
  3. [Rangkuman Uji Penelitian 87](#_bookmark131)
  4. [Pembahasan Hasil Penelitian 91](#_bookmark133)

[BAB V PENUTUP 95](#_bookmark134)

* 1. [Kesimpulan 95](#_bookmark135)
  2. [Saran 95](#_bookmark136)

[DAFTAR PUSTAKA 97](#_bookmark137)

[LAMPIRAN 101](#_bookmark138)

[RIWAYAT HIDUP 152](#_bookmark139)

[Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet 5](#_bookmark12)

[Gambar 1. 2 Data Pengguna Internet di Indonesia 5](#_bookmark13)

[Gambar 1. 3 Data Pengguna Media Sosial Instagram Di Indonesia 6](#_bookmark14)

[Gambar 1. 4 Akun Instagram @Rollover.Reaction 10](#_bookmark15)

[Gambar 1. 5 Akun Instagram @Esqacosmetics 11](#_bookmark16)

[Gambar 1. 6 akun Instagram @madformakeup.co 11](#_bookmark17)

[Gambar 1. 7 Akun Instagram @Roseallday.Co 13](#_bookmark18)

[Gambar 1. 8 Produk Rose All Day Cosmetics 14](#_bookmark19)

[Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran 43](#_bookmark46)

[Gambar 4. 1 Logo Instagram 59](#_bookmark76)

[Gambar 4. 2 Produk dari Rose All Day 60](#_bookmark78)

[Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 37](#_bookmark44)

[Tabel 4. 1 Usia Responden 61](#_bookmark82)

[Tabel 4. 2 Hasil Analisis Variabel X1 (Terpaan) 62](#_bookmark85)

[Tabel 4. 3 Hasil Analisis Variabel X1 (Terpaan) 63](#_bookmark86)

[Tabel 4. 4 Hasil Analisis Variabel X1 (Terpaan) 64](#_bookmark87)

[Tabel 4. 5 Hasil Analisis Variabel X2 (Kualitas Informasi) 65](#_bookmark89)

[Tabel 4. 6 Hasil Analisis Variabel X2 (Kualitas Informasi) 66](#_bookmark90)

[Tabel 4. 7 Hasil Analisis Variabel X2 (Kualitas Informasi) 66](#_bookmark91)

[Tabel 4. 8 Hasil Analisis Variabel X2 (Kualitas Informasi) 67](#_bookmark92)

[Tabel 4. 9 Hasil Analisis Variabel Y (Perilaku Konsumtif) Dimensi Membeli](#_bookmark94) [Produk Sebab Iming – Iming 68](#_bookmark94)

[Tabel 4. 10 Hasil Analisis Variabel Y (Perilaku Konsumtif) Dimensi Membeli](#_bookmark95) [Produk Karena Kemasan 69](#_bookmark95)

[Tabel 4. 11 Hasil Analisis Variabel Y (Perilaku Konsumtif) 70](#_bookmark96)

[Tabel 4. 12 Hasil Analisis Variabel Y (Perilaku Konsumtif) 71](#_bookmark97)

[Tabel 4. 13 Hasil Analisis Variabel Y (Perilaku Konsumtif) 72](#_bookmark98)

[Tabel 4. 14 Hasil Analisis Variabel Y (Perilaku Konsumtif) 72](#_bookmark99)

[Tabel 4. 15 Hasil Analisis Variabel Y (Perilaku Konsumtif) 73](#_bookmark100)

[Tabel 4. 16 Hasil Analisis Variabel Y (Perilaku Konsumtif) 74](#_bookmark101)

[Tabel 4. 17 Hasil Uji Validitas Terpaan Media (Variabel X1) 75](#_bookmark103)

[Tabel 4. 18 Hasil Uji Validitas Kualitas Informasi (Variabel X2) 76](#_bookmark104)

[Tabel 4. 19 Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif (Variabel Y) 76](#_bookmark105)

[Tabel 4. 20 Hasil Realibilitas Variabel X1 77](#_bookmark108)

[Tabel 4. 21 Hasil Realibilitas Variabel X2 (Kualitas Informasi) 78](#_bookmark110)

[Tabel 4. 22 Hasil Realibilitas Variabel Y 78](#_bookmark112)

[Tabel 4. 23 Hasil Uji Normalitas Data Kolmogorov Smirnov 79](#_bookmark115)

[Tabel 4. 24 Hasil Uji Heterokedasitas 80](#_bookmark117)

[Tabel 4. 25 Hasil Uji Multikolinieritas 81](#_bookmark119)

[Tabel 4. 26 Hasil Uji Koefisien Determinasi 82](#_bookmark121)

[Tabel 4. 27 Hasil Uji Koefisien Determinasi 82](#_bookmark122)

[Tabel 4. 28 Hasil Uji Koefisien Determinasi 83](#_bookmark123)

[Tabel 4. 29 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana 84](#_bookmark125)

[Tabel 4. 30 Hasil Uji T 85](#_bookmark128)

[Tabel 4. 31 Hasil Uji F 86](#_bookmark130)

[Tabel 4. 32 Rangkuman Uji Penelitian 87](#_bookmark132)

### BAB I PENDAHULUAN

#### Latar Belakang

Perilaku ialah reaksi orang terhadap sesuatu *stimulus* ataupun sesuatu tindakan yang bisa diamati dan mempunyai *frekuensi* spesial, durasi dan tujuan baik disadari pula tidak. Perilaku manusia ialah segala aktivitas ataupun aktivitas manusia, baik yang diamati langsung, pula yang tidak dapat diamati oleh pihak luar (Notoatmodjo, 2003). Perilaku manusia cenderung bertabiat merata (*holistik*). Sebaliknya penafsiran umum perilaku manusia merupakan pencerminan asal banyak sekali faktor kejiwaan yang meliputi hasrat, perilaku, respon, rasa khawatir, ataupun takut, dan sebagainya. oleh karena itu, sikap manusia didetetapkan ataupun dibangun oleh faktor- faktor yang ada dalam diri manusia.

Perilaku menurut KBBI merupakan asumsi ataupun respon orang terhadap rangsangan ataupun area. Perilaku ialah segenap perwujudan biologi orang dalam berhubungan dengan area, mulai berasal sikap yang sangat terlihat sampai yang tidak nampak, berasal yang dialami hingga sangat yang tidak dialami (Okviana, 2015). Perilaku ialah reaksi/ respon seorang orang terhadap *stimulus* yang dari berasal luar ataupun asal dalam dirinya (Notoatmojo, 2010).

Menurut (Dahlan, 2003) ialah sesuatu sikap yang diisyarati oleh terdapatnya kehidupan *glamor* serta kelewatan, pemakaian seluruh perihal yang dikira sangat mahal yang mengantarkan kepuasan serta ketenangan raga sebesar- besarnya terdapatnya hidup manusia yang dikendalikan yang di dorong oleh sesuatu kemauan buat penuhi hasrat kesenangan sekedar. Perilaku inilah yang cenderung mengarah pada perilaku konsumtif.

Kata “konsumtif” mempunyai arti boros, makna istilah konsumtif artinya sebuah perilaku yang boros yang mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan (Wardhani, 2009). Perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengonsumsi barang - barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal (Tambunan, 2001). Perilaku konsumtif dapat di artikan sebagai suatu tindakan menggunakan produk yang tidak tuntas ialah, belum

1

habis sebuah produk yang digunakan seorang memakai jenis yang sama berasal merek lainya atau dapat di sebutkan, membeli barang sebab adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang menggunakan barang tersebut (Astuti 2013).

Dilansir dari Nirmala Aninda *Hypeabis.id* pada tahun 2022, beberapa tahun belakangan ini produk lokal *brand* dalam produk kecantikan ataupun makeup di Indonesia kembali jadi sorotan untuk publik paling utama pengguna kosmetik serta sebagian besar peminatnya kerap memakai media sosial. Mengutip survei terbaru *Populix* berjudul *Unveiling Indonesian Beauty & Dietary Lifestyle*, diketahui hampir 90% perempuan Indonesia menggunakan *brand makeup* lokal karena harga yang terjangkau 79% dan kualitas produk yang setara dengan *brand-brand internasional* 63%. Digital juga berkembang serta tumbuh dengan ketergantungan terhadap teknologi serta bermacam berbagai perlengkapan teknologi. Oleh sebab itu, produk lokal brand Indonesia paling utama dibidang produk kecantikan ataupun *cosmetics* yang memakai kemajuan teknologi yang terus tumbuh buat menarik ketertarikan mereka lewat media sosial.

Penggunaan teknologi informasi semakin berkembang pesat. keliru satunya berpengaruh pada berkomunikasi. Komunikasi merupakan hubungan yang melibatkan suatu proses dimana informasi dan pesan dapat diteruskan berasal satu pihak (orang dan benda/media) ke pihak lain. berdasarkan (Haag dan keen, 1996) teknologi informasi merupakan seperangkat alat yang bisa membantu seseorang pada bekerja dengan informasi dan melakukan tugas-tugas yang berafiliasi dengan pemrosesan data informasi. Pemanfaatan teknologi informasi mempunyai dampak positif seperti mempermudah komunikasi jarak jauh, mempermudah memperoleh informasi, mempermudah pekerjaan manusia. Sedangkan menurut (William serta Sawyer, 2009) teknologi informasi artinya suatu teknologi yang menggabungkan komputasi (*personal* komputer) menggunakan jalur komunikasi yang memiliki kecepatan tinggi membawa data, suara, dan video. Hal ini memenuhi tuntutan pekerjaan yang lebih cepat, simpel, murah dan murah. Selain itu, era teknologi informasi secara tak eksklusif mempengaruhi partisipasi pengguna di dalamnya.

Inovasi teknologi yang terkait dengan penggunaan media sosial memastikan arus informasi yang cepat dan cepat, model komunikasi linier digantikan oleh model komunikasi simetris, secara *real time* melintasi batas ruang dan waktu, dengan mengutamakan kecepatan, menunjukkan bahwa saat ini model-model komunikasi yang sesungguhnya Era komunikasi interaktif, menurut klasifikasi Everett M. Rogers (1986), merupakan langkah lanjutan dalam perkembangan era telekomunikasi, menjadikan penggunaan internet sebagai media baru (*new media*). *New media*, adalah istilah yang dipergunakan buat menyesuaikan menggunakan kemajuan teknologi. Menurut (McQuail, 2010) menyatakan new media atau media baru artinya berbagai perangkat teknologi komunikasi yang mengembangkan karakteristik yang sama, dimana selain baru, yang dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaanya yang luas buat penggunaan pribadi menjadi alat komunikasi. Sebagaimana dikatakan lebih jelas oleh (Mc Quail, 2000) dimana kebanyakan media baru ini memungkinkan komunikasi dua arah yang bersifat interaktif yang memungkinkan pengumpulan sekaligus pengiriman info sebagai akibatnya implikasinya bisa beragam. Bentuk berasal *new media* yang paling umum dikonsumsi ialah media umum. media umum sekarang bukan lagi sebatas tempat buat berjejaring secara *online*, tetapi sudah menjadi *platform* asal berita yang tepat dan *actual*. info yang tersaji pun sangat beragam serta bisa berubah-ubah dengan begitu cepat seiring menggunakan perkembangan berita yang ada. (Yohana, 2020). Media sosial merupakan media *online*, yaitu media yang hanya ada menggunakan memakai internet dimana para penggunanya mampu menuangkan ide, mengekspresikan diri, dan menggunakan sesuai dengan kebutuhannya. media umum sudah menjadi bagian berasal kehidupan terbaru ketika ini. Diperkirakan yang akan menjadi tren artinya 3S, yakni *Social, Share, and Speed. Social* artinya bagaimana seseorang terhubung menggunakan orang lain serta saling berbagi. *Share* merupakan bagaimana seseorang menunjukkan pengalamannya pada orang lain melalui teks, foto, video, apapun itu melalui jejaring sosial. *Speed* artinya bagaimana jejaring sosial mampu memberikan informasi yang sangat cepat, melebihi kecepatan wartawan menuliskan informasi. di Indonesia ada beragam

media sosial yang dipergunakan oleh masyarakat mirip *Facebook, Youtube, Twitter, Instagram, TikTok, WhatsApp* dan lainnya.

Penggunaan internet beriringan dengan kebutuhan manusia untuk memperoleh informasi, dengan kemudahan buat mengakses internet merupakan kelebihan berasal internet itu sendiri. manusia membutuhkan internet buat mencari, mengelola serta menyebarkan informasi kepada khalayak luas. Internet sendiri mengalami perkembangan yang sangat pesat mirip jangkauan yang tidak terbatas, efektifitas serta efisien waktu pada berkomunikasi dan mudah dan murah buat diakses oleh manusia. (Kartika,2021)

Terpaan adalah intensitas keadaan pada khalayak dimana terkena pesan yang disebarkan oleh suatu media. berdasarkan Ardiyanto (2014) terpaan adalah kegiatan melihat, mendengar dan membaca pesan-pesan asal media atau pengalaman serta perhatian terhadap suatu pesan tadi yang bisa terjadi di individu juga kelompok. Penggunaan jenis media mencakup media cetak, media online, media audio, dan audio visual. berdasarkan Ardiyanto (2014), terpaan dapat diartikan menjadi kegiatan mendengarkan, melihat, membaca, mengalami dan memperhatikan pesan media yang bisa terjadi secara individu atau grup. Penggunaan media sosial menjadi wadah pada memberikan pesan bisa menjangkau khalayak dalam jumlah yang sangat besar. Pada media sosial informasi tak hanya sekedar teks saja melainkan dapat berupa kombinasi gambar maupun video buat menunjang kelengkapan informasi yang dapat disampaikan oleh pengguna media sosial.

Sebuah informasi harus berkualitas supaya data bisa memenuhi kebutuhan dan dapat dipahami dengan praktis oleh pembaca. informasi artinya data yang diolah menjadi bentuk yang akan dimengerti serta bermanfaat bagi para pemakainya Gogiyanto, 2003). Menurut Budi Sutedjo (2006), Kualitas informasi merupakan keakuratan serta teruji kebenarannya, kesempurnaan informasi, tepat ketika, relevansi, simpel serta murah. Kualitas yang diharapkan sang komunikan artinya info yang akurat relevan serta lengkap. informasi yang di berikan wajib tepat target serta mudah dipahami oleh komunikan.



#### Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet

Sumber : *we are social* 2022

Berdasarkan gambar 1.1 menurut survei *We Are Social* 2022 dinyatakan bahwa penggunaan internet pada seluruh *global* telah mencapai nomor 4,95 milyar jiwa. nomor ini membuktikan bahwa penggunaan internet telah mencapai lebih dari 62,5% penduduk global atau lebih berasal populasi bumi. Internet sudah dikenal sejak mulai tahun 1989, dimana telah banyak aktivitas yang dilakukan melalui internet. Sementara penggunaan media sosial di seluruh dunia sudah mencapai 4,62 milyar jiwa. angka ini pertanda bahwa pengguna telah mencapai lebih dari 58,4% penduduk dunia dana tau lebih dari populasi bumi.



#### Gambar 1. 2 Data Pengguna Internet di Indonesia

Sumber : *we are social* 2022

Berdasarkan gambar 1.2 data pengguna internet Indonesia berasal *survei* yang dilakukan *We Are Social*, terlihat dari jumlah populasi (jumlah penduduk) di Indonesia kurang lebih 277,7 juta jiwa. Diketahui jumlah pengguna aktif Indonesia pada media sosial 191,4 juta jiwa. nomor ini menandakan bahwa penggunaan media

sosial telah mencapai lebih dari 68,9% penduduk Indonesia. sementara itu, pengguna internet Indonesia terbaru mencapai 370,1 juta jiwa. nomor ini pertanda bahwa penggunaan internet sudah mencapai lebih tinggi berasal 125,6% dari jumlah populasi di Indonesia.



#### Gambar 1. 3 Data Pengguna Media Sosial Instagram Di Indonesia

Sumber : *we are social* 2022

Berdasarkan 1.3 data pengguna media sosial indonesia dari *survei* yang dilakukan *We Are Social*, salah satu yang ramai dipergunakan ini salah satunya ialah Instagram. Jumlah pengguna Instagram pada Indonesia tahun 2022 lebih kurang 99,15 juta jiwa. menggunakan jumlah *presentase* pengguna Instagram yang adalah perempuan lebih kurang 52,3%. sementara jumlah *presentase* pengguna Instagram yang artinya laki – laki lebih kurang 47,7%.

Dilansir dari dataindonesia.id pengguna Instagram di Indonesia mencapai 106,72 Juta pada Februari 2023 berdasarkan data Napoleon Cat. Jumlah tersebut meningkat 12,9% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebesar 94,54 juta pengguna. Dari usianya pengguna Instagram 18-24 tahun dengan sebanyak 37,8% di dalam negeri. Sebanyak 29,7% pengguna media sosial tersebut dari kelompok usia 25-34 tahun. Sebanyak 12,2% pengguna Instagram di Indonesia yang berusia 13-17 tahun. Maka peneliti, meneliti dalam kriteria responden penelitian ini adalah 17 hingga 25 tahun dilihat dari hasil presentase pengguna Instagram yang lebih besar di usia 17 hingga 25 tahun.

Instagram artinya media yang memberi kemudahan cara berbagi secara online oleh foto-foto, video serta juga layanan jejaring sosial yang bisa

dipergunakan pengguna buat mengambil serta membagi ke sahabat mereka (Budiargo, 2015). Nama Instagram berasal dari pengertian berasal holistik fungsi software ini. kata “insta” berasal dari kata “instan”, mirip kamera *polaroid* yang di masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti *polaroid* di pada tampilannya. Sedangkan buat kata *“gram”* berasal dari istilah “*telegram”,* dimana cara kerja telegram sendiri ialah buat mengirimkan informasi pada orang lain dengan cepat. Sama mirip jejaring media sosial lainnya, Instagram memiliki konsep interaksi antar pengguna menggunakan mengikuti (*following*) atau pengikut (*followers*). Pengguna pula bisa menambahkan komentar pada foto maupun video, menyukai, mengirim, sampai menyimpannya pada sebuah akun.

Pada tahun belakangan ini, Instagram tidak hanya sebagai media sosial yang mempunyai fungsi menjadi wadah buat bersosialisasi tanpa harus bertemu langsung telah mengalamai peralihan fungsi, yang awalnya berfungsi menjadi media komunikasi sekarang pula memiliki fungsi lain, yaitu menjadi mempopulerkan usaha produk – produk lokal Indonesia terutama dalam produk kecantikan atau kosmetik dengan melalui postingan foto maupun video yang meliki konsep menarik. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya postingan – postingan pengguna media sosial khususnya Instagram yang bertajuk produk *makeup* lokal Indonesia yang mempunyai *packaging* yang menarik, mempunyai klaim yang menarik dengan produk serta kualitas infromasi produk yang menarik perhatian.

Dampak peralihan fungsi ini, sekarang Instagram mempunyai peran terhadap bisnis serta mempopulerkan produk – produk lokal Indonesia khususnya produk *makeup*. Hal ini dikarenakan informasi terkini tentang produk *makeup* atau kosmetik sangat mudah buat dihasilkan, contohnya terdapat banyak khalayak yang mengreview produk tadi atau menggunakan produk tadi dengan melalui Instagram *story*. Bahkan terdapat banyak khalayak mempopulerkan produk tadi menggunakan cara menghasilkan konten *tutorial*, menceritakan selama menggunakan produk tersebut dan merekomendasi produk *makeup* tersebut dengan melalui Instagram *story*. sebagai akibatnya buat mendapatkan informasi tentang produk makeup yang menurut khalayak menarik tergolong praktis.

Kehadiran media sosial bahwa Instagram sangat berperan terhadap munculnya perilaku konsumtif yang ialah tindakan membeli barang hanya memenuhi keinginan bukan sebab kebutuhan sehingga mengakibatkan keborosan pengguna khususnya dikalangan pengikut atau *followers* akun tersebut. Salah satunya yaitu pemikiran yang selalu ingin membeli produk tadi ketika melihat model, kemasan atau packaging serta *klaim* yang dijanjikan oleh produk tadi yang kemudian menjadi kebiasaan menentukan keingingan dan sebagai akibatnya mengalami pemborosan tak penting pada karenakan bukan kebutuhan pokok pengguna sendiri.

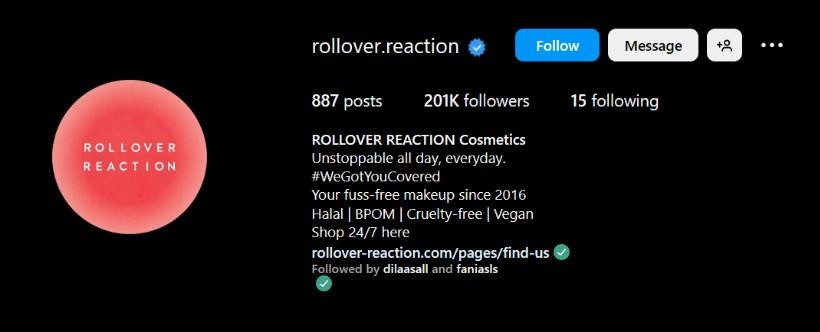
Dunia produk *makeup* atau kosmetik Indonesia saat ini tak jarang dipergunakan oleh khalayak ketika ini mencerminkan bahwa produk lokal Indonesia tak kalah bagus oleh produk luar negeri, mampu mengikuti kualitas produk kosmetik berasal luar negeri. karena *tren* produk kecantikan semakin meningkat bahkan ketika terjadi pandemic covid-19 kesadaran merawat kecantikan turut berpengaruh yang disebabkan perubahan pola hidup masyarakat dan tren baru yang bermunculan. Hal itu dapat dicermati berasal laporan Badan pusat Statistik (BPS) tahun 2020 mengungkapkan bahwa industri kosmetik mengalami peningkatan sebanyak 5,59 %. kemudian, sepanjang tahun 2021 pula diproyeksikan naik sebanyak 7 %. Indonesia sendiri pada konsumsi produk halal menjadi salah satu terbesar pada dunia. Mulai berasal kuliner, minuman, obat – obatan hingga produk kecantikan. salah satunya merupakan pengguna kosmetik halal yang mencapai 4,19 miliar dollar di indonesia. Hal ini dilansir dari data Dina Standard, Indonesia menduduki peringkat ke 2 setelah India pada pengguna produk kosmetik halal.

Seiring zaman dunia kosmetik, model serta kemasan atau *packaging* di produk semakin berkembang pada Indonesia. Dulu tidak banyak pilihan model, kemasan atau packaging produk kosmetik Indonesia yang bikin tidak tertarik pengguna kosmetik. Sedangkan tahun belakangan ini, produk kosmetik pada Indonesia memiliki model serta kemasan atau *packaging* produk kosmetik yang jauh berkembang sehingga menarik perhatian pengguna kosmetik pada Indonesia.

Berkembangnya produk kosmetik pada Indonesia dengan harganya yang lebih terjangkau berasal pada produk luar negeri. Kemudian berasal tahun 2020 sampai ketika ini pun para pengguna kosmetik pada Indonesia lebih seringkali memakai produk lokal Indonesia. Karena menggunakan harga lebih terjangkau pengguna menerima kualitas produk yang sangat mengagumkan serta juga berasal segi model produk, kemasan atau packaging lebih terlihat tren dan tidak terlihat mirip kosmetik pada zaman dulu Indonesia. Sedangkan model produk, kemasan atau *packaging* pada produk kosmetik Indonesia identik menggunakan *packaging* warna – warna yang sangat mencolok, lalu packagingnya yang tidak kokoh atau pun terlihat ketinggalan zaman dengan kemasan produk luar negeri serta juga waktu digunakan di wajah sangat terlihat tidak natural buat dipakai sehari – hari. Bagi pengguna kosmetik contoh, kemasan atau packaging serta klaim berasal sebuah produk lebih diutamakan. sebagai akibatnya produk yang sebenarnya telah dimiliki serta belum habis, namun membeli sebuah produk lagi menggunakan *klaim* serta fungsi yang hampir sama hanya sebab model serta bungkus atau packaging yang menarik perhatian pengguna. Produk kosmetik pada saat ini lebih menggunakan sosial media terutama Instagram menggunakan akun *official* mereka sendiri buat mempromosikan produk – produknya.

Oleh sebab itu, pengguna kosmetik cenderung lebih menyukai produk lokal Indonesia terkini. Selain itu, pengguna kosmetik juga mengikuti atau *memfollow* serta menjadi *followers* salah satu akun yang menurutnya produk kosmetiknya menarik dari segi model produk, kemasan atau packaging serta *klaim* agar tidak tertinggal informasi yang disampaikan dan pula postingan foto, video serta *story* yang akun tersebut *upload*.

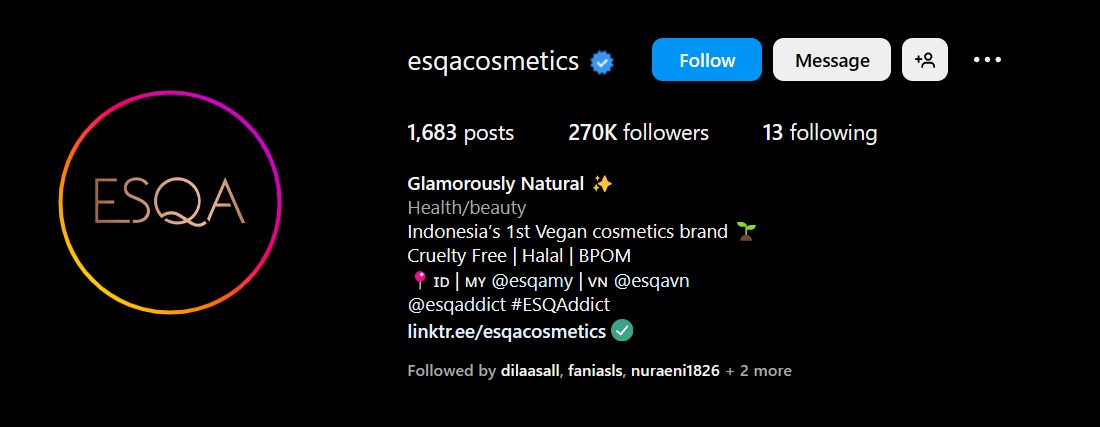
Beberapa perbandingan produk kosmetik *local brand* Indonesia menggunakan produk kosmetik lokal indonesia yang digunakan buat menjadi penelitian peneliti yaitu roseallday yang memiliki akun Instagram @roseallday.co. kemudian beberapa produk kosmetik lokal Indonesia buat jadi perbandingan yaitu @rollover.reaction, @esqacosmetics, serta @madformakeup.co.



#### Gambar 1. 4 Akun Instagram @Rollover.Reaction

Sumber : akun Instagram @rollover.reaction

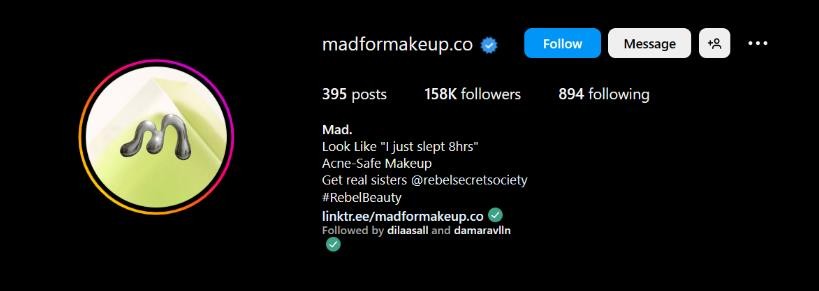
Berdasarkan di gambar 1.4, akun instagram @rollover.reaction ialah sebuah akun *cosmetics local brand* Indonesia yang didirikan 2014 silam oleh empat orang sahabat Sekolah Menengah Atas. Mereka artinya Dinar, Naya, Sarah, serta Novi yang sama-sama punya ketertarikan dengan bisnis dan *cosmetics*. Brand rollover.reaction memiliki produk pertama waktu *launching* adalah *liquid lipstick* dan ketika ini telah memiliki aneka macam macam produk seperti *cushion, liquid blush, liptint* serta lainnya. Sebelumnya rollover.reaction memiliki *cushion* menggunakan model produk yang tidak selaras namun banyak sekali pengguna kosmetik yang saat *review* di media sosial Instagram bahwa produk tersebut tidak bagus buat dipakai dan dibeli. pada saat ini rollover.reaction memproduksikan *cushion* terbarunya dengan klaim yang tidak sama serta pula model produk untuk dari segi *packaging* cukup menarik, tetapi buat *shade* warna *cushion* sangat lah minim hanya 4 *shade* warna yang dimana masih kurang untuk warna kulit wajah Indonesia yang sangat beragam. kemudian untuk produk kosmetik nya sendiri masih belum lengkap. di akun Instagram @rollover.reaction mempunyai jumlah *followers* 201k dengan jumlah postingannya 887 postingan. (data diambil di tanggal 19 Juni 2023).



#### Gambar 1. 5 Akun Instagram @Esqacosmetics

Sumber : akun Instagram @esqacosmetics

Berdasarkan pada gambar 1.5, akun Instagram @esqacosmetics artinya sebuah *merk* kosmetik Indonesia yang didirikan pada tahun 2016 silam oleh Keiza Toemion serta Angelina Cindy. Keunggulan pada produk esqa *cosmetics* artinya *vegan cosmetics* di Indonesia. Selain itu, produk – produk kosmetiknya sendiri sudah lengkap serta juga contoh produk serta packaging yang menarik perhatian pengguna. namun berasal keunggulan yang telah disebut, makeup di produk esqa *cosmetics* memiliki *coverage* yang tinggi atau mampu dibilang dipergunakan saat *program* acara formal atau semi formal. sebab untuk dipergunakan sehari – hari kurang cocok serta juga untuk mengatur *coverage* lumayan tak mudah agar tidak terlihat terlalu memakai *makeup* atau terlihat dempul. Yang dimaksud dengan *coverage* ialah mengcover segala hal dimuka buat ditutupi seperti bekas jerawat, kemerahan dan pula bintik-bintik hitam. Akun *official* Instagram @esqacosmetics memiliki jumlah *followers* 270k dengan jumlah postingan 1,683 (data diambil di tanggal 19 Juni 2023).

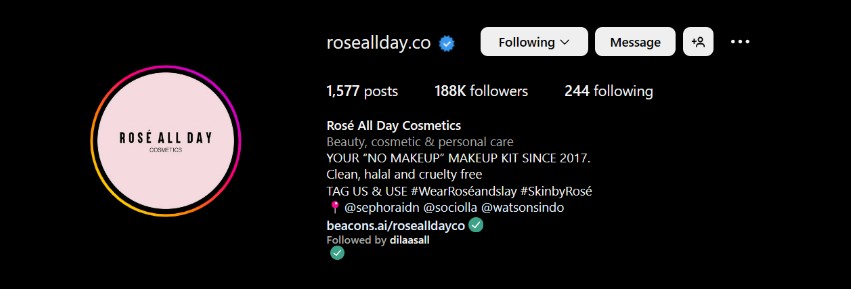


#### Gambar 1. 6 akun Instagram @madformakeup.co

Sumber : akun Instagram @madformakeup.co

Berdasarkan pada gambar 1.6, akun Instagram @madformakeup.co adalah sebuah akun *merk* kosmetik *local* Indonesia yang didirikan 2017 silam oleh Shirley Oslan ialah seorang dokter lulusan Universitas Udayana, Denpasar, Bali. Mad For Makeup sendiri telah menjadi salah satu *merk* kecantikan lokal yang menghadirkan produk *makeup* yang diperkaya kandungan *skin care* atau dianggap *skin lock in makeup*. Berdasarkan Shirley, hal ini sekaligus menjadi keunggulan yang menghasilkan Mad berbeda dari *merk* lainnya. namun, buat produk – produk mad for makeup masih belum lengkap dan juga jumlah *followers* masih tergolong rendah. di akun Instagram @madformakeup.co mempunyai jumlah followers 158k dengan jumlah postingannya 395 postingan. (data diambil di tanggal 19 juni 2023). Selain ketiga akun di atas *brand makeup* lokal Indonesia, salah satu akun Instagram produk kosmetik *local merk* Indonesia yang memakai media sosial Instagram menjadi *platform* bisnisnya serta juga sedang menarik pengguna. *Brand makeup local* Indonesia ini pun menjadi pilihan penelilti buat penelitian skripsi yaitu rose all day menggunakan akun *official* Instagram @roseallday.co. Dilansir dari *indiekraf*, Rose All Day Cosmetics artinya sebuah perusahaan kosmetik lokal yang berdiri di tengah industri kecantikan lokal di bulan Agustus 2017. Rose All Day Cosmetics, yang biasa diklaim RADC, kini berhasil menjadi salah satu *merk* kosmetik lokal yang paling sukses. brand ini dikenal karena kualitasnya yang sangat baik dan memiliki *image clean-beauty* pada ranah makeup dan produk perawatan kulit. Perusahaan ini didirikan oleh tiga perempuan enterpreneur lokal yaitu Tiffany Danielle, Samantha Wijaya, serta Cindy Gunawan. Mereka kini mengumumkan rencana buat melakukan ekspansi setelah adanya peningkatan *performa* secara *finansial*. Kesuksesan ini berhasil mereka tuai sebab upaya yang sangat baik pada melakukan distribusi baik secara *online* juga *offline*. Berikut *profil official* akun

Instagram @roseallday.co.



#### Gambar 1. 7 Akun Instagram @Roseallday.Co

sumber : akun Instagram @roseallday.co

Berdasarkan pada gambar 1.7, bisa terlihat akun Instagram @roseallday.co memiliki 188k pengikut dengan 1,577 postingan yang sudah pada unggah dan bisa bertambah pada setiap harinya (data diambil di tanggal 19 Juni 2023). Ada aneka macam dan juga lengkap produk kosmetik yang di *design* oleh rose all day yang diunggah pada *official* akun instagramnya. @roseallday.co memiliki model produk, serta kemasan atau *packaging* yang berwarna pink lalu terlihat minimalis. Selain itu *klaim* produk kosmetik yang mampu digunakan oleh pengguna remaja SMA sampai dewasa. karena waktu dipergunakan diwajah terlihat yang akan terjadi yang natural serta bisa digunkan setiap hari, selain itu pula mampu digunakan di acara formal atau semi formal. sebab formula produk kosmetik rose all day saat di gunakan tidak *pribadi* full coverage, sehingga mampu di *build up coverage* oleh harapan pengguna. *Merk makeup* lokal rose all day juga sering mengadakan *promo* dan *buy 1 get 1* dibanding dengan merk makeup lokal Indonesia lainnya. lalu rose all day dari segi informasi selalu berkualitas mulai dari informasi tentang produk, info tentang potongan harga pada produk, berita diskon *buy 1 get 1*, serta juga *giveaway*, selain itu juga mengunggah postingan tutorial *makeup* menggunakan rose all day *cosmetics.* di produk rose all day pula memikirkan *skintone* atau warna kulit Indonesia. oleh sebab itu memiliki aneka macam macam produk menggunakan *shade* warna kulit wajah yang bisa digunakan oleh kulit wajah Indonesia.



#### Gambar 1. 8 Produk Rose All Day Cosmetics

Sumber : akun Instagram @roseallday.co

Berdasarkan gambar 1.8, bisa dilihat desain produk rose all day *cosmetics* yang menarik perhatian para pengguna media sosial Instagram serta dengan harga yang dipasarkan tergolong sangat terjangkau. Selain itu, dikutip dari *Technode* dunia, RADC menyebutkan bahwa mereka berencana buat memperluas *distribusi* buat masuk ke pasar Asia Tenggara lainnya. Perusahaan yang telah dirintis Sejak tahun 2017 ini ternyata sudah didukung oleh *capital firm AC Ventures* mulai 2020 kemudian. *Merk* ini kini terus berkembang menggunakan aneka macam jenis kosmetik yang dikeluarkan. Hal ini menjadi membentuk pengguna dan pula *followers* semakin *konfiden* untuk membelinya dan memakai produk – produk rose all day. Tetapi tanpa disadari juga, perilaku pengguna serta *followers* pun mulai berubah, contohnya mereka ingin mempunyai produk tersebut sebab melihat produk baru menggunakan desain produk menarik perhatian mereka, bahkan informasi tentang merk rose all day, kemudian diskon *buy 1 get 1, give away,* potongan harga serta ingin memiliki produk yang sedang banyak digunakan oleh pengguna. perilaku inilah yang cenderung menuju perilaku konsumtif.

Pengaruh perilaku konsumtif juga merajalela pada kalangan *followers* atau pengikut akun Instagram @roseallday.co. sebab mereka adalah *followers* nya sehingga praktis tertarik yang ditawarkan melalui media sosial instagranya, selain itu berasal pengalaman mereka memakai salah satu produk tersebut ataupun sebab dampak dari orang setikar yang terdapat pada lingkungannya. keinginan mereka dalam mempunyai atau menikmati sesuatu secara terus menerus akan mengakibatkan munculnya perilaku konsumtif dengan cirinya yaitu memenuhi

kebutuhan dan keinginannya secara berlebihan. Apalagi postingan foto dan video yang diunggah akun Instagram @roseallday.co mempunyai konsep yang menarik perhatian dan juga informasi tentang produk sangat praktis dimengerti dan menarik bagi para *followers*.

Maka dari itu, peneliti memilih akun Instagram @roseallday.co di karenakan ke populernya tersebut, desain produk yang menarik, konsep postingan yang pada unggah @roseallday.co menarik perhatian dan buat melihat apakah akun tersebut memengaruhi perilaku konsumtif *followers* melalui postingan foto dan video yang pada unggahnya tersebut.

Terdapat penelitian-penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini. Penelitian dari peneliti (Rizki Apriliana Dwi Asmara, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, 2018) yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Instagram Jurusan Ilmu Al – Qur’an Dan Tafsir Iain Ponorogo Tahun 2018” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) tingkat penggunaan media sosial instagram mahasiswa Jurusan Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir IAIN Ponorogo tahun 2018. (2) tingkatperilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir IAIN Ponorogo tahun 2018. (3) pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna instagram Jurusan Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir IAIN Ponorogo tahun 2018. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa aktif Jurusan Ilmu Al – Qur’an dan Tafsir yang berjumlah 117 dan sampel yang digunakan adalah 35 siswa yang memiliki akun instagram. dalam hasil penelitian ini menunjukan bahwa terdapat ada pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna instagram Jurusan Ilmu Al – Qur’an dan Tafsir IAIN Ponorogo tahun 2018.

Penelitian selanjutnya, penelitian dari peneliti (Dede Mustomi dan Aprilia Puspasari, Universitas Bina Sarana Informatika, 2020) yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa” Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana media sosial mempengaruhi gaya hidup mahasiswa. Fokus penelitian ini menilai dari sisi perilaku konsumtif mahasiswa dengan hadirnya media sosial. Pengumpulan data menggunakan metode *survei* yakni

dengan menyebar kuesioner kepada 81 responden. Responden yang dipilih adalah mahasiswa. Dalam hasil penelitian ini tidak ada pengaruh signifikan antara media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Penelitian selanjutnya, penelitian ini dari peneliti (Umi Hidayatun, Universitas Negeri Yogyakarta, 2015) yang berjudul “Pengaruh Intesitas Penggunaan Media Sosial Dan Dukungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2014/2015)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif remaja, 2) pengaruh dukungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif remaja, 3) pengaruh intensitas penggunaan media sosial dan dukungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif remaja. Dalam hasil penelitian menunjukkan: (1) ada pengaruh positif dan signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dan dukungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif remaja. (2) ada pengaruh positif dan signifikan antara intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif remaja. (3) ada pengaruh positif dan signifikan antara dukungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif remaja.

Penelitian selanjutnya, penelitian dari peneliti (Azzahra Aulia dan Farid Rusdi, Universitas Tarumanegara, 2022) yang berjudul “Pengaruh Terpaan Konten Fesyen TikTok di Akun @nazwaadinda\_02 Terhadap Perilaku Konsumtif Pengikutnya”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat besar pengaruh terpaan konten fesyen di akun @nazwaadinda\_02 terhadap sikap konsumtif followersnya. Populasi yang diambil adalah pengikut dari akun Tiktok @nazwaadinda\_02. Sampel yabng diambil oleh peneliti berjumlah 100 responden yang merupakan followers aktif di akun Tiktok @nazwaadinda\_02. Dari hasil peelitian dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif sebesar 28% dari Terpaan Konten Fesyen terhadap Sikap Konsumtif sedangkan 72% lainnya dipengaruhi variabel lain yang tidak diuji.

Penelitian selanjutnya, penelitian dari peneliti (Kiki Dwi Arviani, Universitas Negeri Jakarta, 2021) yang berjudul “Pengaruh Terpaan Iklan E- commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ilmu Komunikasi

Universitas Negeri Jakarta”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mencari tahu mengenai pengaruh terpaan iklan *e-commerce* Shopee di televisi terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. Penelitian ini menggunakan populasi yaitu mahasiswa program studi ilmu komunikasi Universitas Negeri Jakarta yang berjumlah 83 orang dengan sampel berjumlah 45 orang mahasiswa program studi ilmu komunikasi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2019. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner. Penelitian ini memberikan hasil yaitu terdapat pengaruh terpaan iklan *e-commerce* Shopee terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa program studi ilmu komunikasi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2019.

Berdasarkan apa yang di paparkan oleh peneliti penelitian sebelumnya, membuat penulis tertarik untuk membuat penelitian yang berjudul “Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi pada akun Instagram @roseallday.co terhadap Perilaku Konsumtif Followers”.

#### Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

* + 1. Apakah ada pengaruh Terpaan Media Pada Akun Instagram @roseallday.co Terhadap Perilaku Konsumtif Followers?
    2. Apakah ada Pengaruh Kualitas Infromasi Pada Akun Instagram @roseallday.co Terhadap Perilaku Konsumtif Followers.
    3. Apakah Ada Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi Pada Akun Instagram @roseallday.co Terhadap Perilaku Konsumtif Followers?
    4. Seberapa Besar Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi Pada Akun Instagram @roseallday.co Terhadap Perilaku Konsumtif Followers?

#### Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang peneliti maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

* + 1. Untuk mengetahui apakah Ada Pengaruh Terpaan Pada Akun Instagram @roseallday.co Terhadap Perilaku Konsumtif Followers?
    2. Untuk mengetahui apakah Ada Pengaruh Kualitas Informasi Pada Akun Instagram @roseallday.co Terhadap Perilaku Konsumtif Followers?
    3. Untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi Pada Akun Instagram @roseallday.co Terhadap Perilaku Konsumtif Followers?
    4. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi Pada Akun Instagram @roseallday.co Terhadap Perilaku Konsumtif Followers?

#### Batasan Masalah

Pembatasan masalah dibuat agar penelitian tidak keluar dari masalah yang ditentukan. Berikut adalah pembatasan masalah pada penelitian ini.

* + 1. Akun Instagram yang diamati pada penelitian ini hanya akun Instagram @roseallday.co
    2. Masalah yang diamati adalah perilaku konsumtif followers dari akun Instagram @roseallday.co
    3. Pengelolaan data yang digunakan hanya metode kuantitatif.

#### Manfaat Penelitian

* + 1. **Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan bagi penulis dan pembaca dapat memberikan perkembangan dalam penelitian ilmu komunikasi yang berkaitan dengan perilaku konsumtif untuk menambah wawasan. Peneliti ini juga di harapkan juga memperoleh pengetahuan baru tentang pengaruh terpaan dan kualitas informasi akun Instagram @roseallday.co terhadap perilaku konsumtif followers.

#### Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan bagi akun Instagram @roseallday.co untuk meningkatkan atau mengembangkan konsep, konten dan kualitas informasi di akun instagramnya @roseallday sehingga membuat para followersnya mendapatkan informasi mengenai rose all day cosmetics local brand.

#### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dalam pengumpulan data, penulis menulis studi angket atau kuesioner yang disebar secara online kepada followers akun Instagram @roseallday.co yang mempunyai kriteria yaitu

penggguna aktif Instagram dan mengetahui atau mengikuti akun Instagram @jktgo. Kemudian penelitian ini menggunakan studi pusaka yang dimana semua bahan di peroleh dari buku-buku atau jurnal terkait penelitian ini.

#### Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman dalam penelitian, peneliti membuat sistematika penulisan sebagai berikut:

#### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

#### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai landasan konseptual, landasan teori, pemikiran terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

#### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan membahas mengenai objek penelitian, metode pengumpulan data, serta teknik pengolahan dan analisis data.

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian serta pembahasan terkait pengaruh terpaan dan kualitas informasi akun Instagram @roseallday.co terhadap perilaku konsumtif.

#### BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari semua pembahasan dan saran atas penelitian yang telah dilakulan.

**DAFTAR PUSTAKA**

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

#### Landasan Konseptual

* + 1. **Komunikasi**

Komunikasi ialah unsur penting dalam kehidupan manusia. kegiatan komunikasi akan ada bila seorang manusia mengadakan interaksi menggunakan insan lain, jadi bisa dikatakan bahwa komunikasi ada menjadi dampak asal adanya korelasi sosial. Pengertian tersebut mengandung arti bahwa komunikasi tidak bisa dipisahkan berasal kehidupan umat manusia, baik menjadi individu maupun menjadi kelompok.

Istilah komunikasi atau communication dalam bahasa inggris berasal dari bahasa latin *communis* yang artinya “sama”, *communico, communication*, atau *communicare* yang berarti “membentuk sama” *(to make common).* kata pertama *(communis)* artinya istilah yang paling tak jarang sebagai berasal usul istilah komunikasi, yang adalah akar berasal istilah-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama, (Mulyana, 2005). Sedangkan menurut Fisher, (1990) dalam bukunya Teori-Teori Komunikasi ialah penyampaian informasi, ide, emosi, keterampilan, dan seterusnya melalui penggunaan simbol, kata, angka, grafik dan lain-lain.

Sedangkan menurut Effendy, (2005). Komunikasi merupakan peristiwa penyampaian ide manusia. dari pengertian ini bisa disimpulkan bahwa komunikasi ialah suatu proses penyampaian pesan yang dapat berupa pesan info, inspirasi, emosi, keterampilan dan sebagainya melalui simbol atau lambang yang bisa mengakibatkan dampak berupa tingkah laris yang dilakukan menggunakan media - media eksklusif. Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society* (Effendy, 2005), berkata bahwa cara yang baik buat menjelaskan komunikasi artinya menjawab pertanyaan menjadi berikut: *“Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect”* atau “Siapa yang memberikan, apa yang disampaikan, melalui apa, kepada siapa, serta apa pengaruhnya”.

20

Paradigma Lasswell (Effendy, 2005) di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

* + - 1. Pengirim Pesan atau Komunikator *(Communicator, Source, sender)*
      2. Pesan *(message)*
      3. Media *(channel)*
      4. Penerima Pesan atau Komunikan *(Communicant, Communicate, Receiver, Recipient)*
      5. Efek atau Umpan Balik *(Effect, Impact, Influence, Feedback)*

Jadi berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

#### New Media

*New Media* pada penelitian ini meminjam pendekatan yang dipergunakan Sonia Livington, bahwa istilah “*new*” disini lebih dipahami menjadi apa yang baru bagi masyarakat, yakni pada konteks sosial dan kultur, bukan menggunakan semata

- mata memahaminya hanya menjadi sebuah *piranti* atau *artefak* dimana lebih berkaitan menggunakan konteks teknologi itu sendiri (Terry Flew, 2005). Menurut (Peter Ride & Andrew Dewdney, 2006) definisi *new media* disini dapat dibatasi menjadi inspirasi, perasaan, dan pengalaman yang diperoleh seseorang melalui keterlibatannya di *medium* serta cara berkomunikasi yang baru, tidak sesuai dan lebih menantang.

Menurut (McOuail, 2018) menyebutkan bahwa media baru artinya wilayah dimana saluran pesan komunikasi terdesentralisasi: penggunaan jaringan kabel dan personal komputer meningkat karena pesan pada distribusikan melalui satelit: keterlibatan *audience* dalam proses komunikasi semakin semakin tinggi: komunikasi 2 arah (*interaktif*) semakin tidak jarang terjadi: dan meningkatnya derajat fleksibilitas pesan buat menentukan bentuk serta konten melalui digitalisasi. Hal tadi mengungkapkan bahwa media baru memiliki saluran pesan yang terdesentralisasi, serta siapa saja, dimana saja bisa berperan menjadi *produsen* pesan. Kemajuan teknologi telah membentuk sebuah konsep pemahaman baru,

yaitu perkembangan zaman mengenai teknologi serta pengetahuan, berasal seluruh yang bersifat manual menjadi otomatis serta berasal seluruh yang bersifat rumit menjadi ringkas.

Menurut Mc Quail (2011) telah mengiindentifikasikan media baru kedalam lima kategori yang dibedakan berdasarkan jenis, penggunaan, konteks, serta kategorinya yaitu:

1. Media komunikasi antar eksklusif contohnya artinya telepon genggam atau yang tak jarang diklaim (*handpohne*) dan surat elektronik seperi (*E-mail*).
2. Media permainan interaktif ialah media yang berbasis komputer atau

*software game*.

1. Media pencarian isu merupakan mesin pencari atau sumber data yang mempermudah seseorang mencari informasi di internet, menggunakan memakai awalan WWW (*world wide web*).

2. Media Partisipasi kolektif adalah situs jejaring sosial mirip *facebook*, *Instagram, path, line* dll. Substisasi media penyiaran ialah media yang dapat mempermudah penggunanya buat mengunduh suatu konten, misalnya mirip konten *film*, lagu dll.

#### Karakteristik New Media

Menurut Martin Lister dkk (2009) media baru memiliki beberapa karakteristik, yaitu *digital, interaktif, hipertekstual, virtual*, simulasi dan jaringan.

* + - * 1. *Digital*

Data yang masuk ke pada data digital akan diubah sebagai angka. dalam hal komunikasi dan media representasional data mirip teks, *grafik* serta diagram, foto rekaman gambar bergerak, dan lain-lain akan diproses terlebih dahulu serta disimpan pada bentuk angka, lalu sebagai *output* pada bentuk *online*, *disk* digital, atau memori *drive* yang diterjemahkan dan diterima sebagai tampilan layar dan dikirim kembali melalui jaringan telekomunikasi.

* + - * 1. Interaktif

Interaktif atau interaktivitas ialah salah satu nilai lebih berasal media baru, sebab para pengguna media baru memiliki kebebasan untuk bisa berinteraksi dengan pengguna lainnya secara langsung ketika itu juga. Menggunakan adanya

media baru, pengguna dapat terjadi pada hal konten yang ingin diterima serta pengguna dapat memilih konten apa saja yang ingin diterima dan konten mana yang tidak.

* + - * 1. Hipertekstual

Pada media baru ada hiperteks-hiperteks yang bila *teks* tadi di *klik* maka akan memberikan sambungan pada sebuah halaman *website* lainnya, atau dapat diklaim pula dengan *teks* yang saling terhubung menggunakan teks lainnya. Munculnya hiperteks adalah pengaruh dari perkembangan teknologi dalam era media baru, terutama terkait menggunakan jaringan internet.

* + - * 1. *Virtual*

*Virtual* merupakan komunikasi (proses penyampaian dan penerimaan pesan) memakai ruang maya yang bersifat interaktif. menggunakan adanya virtualisasi, pengguna bisa dengan mudah terhubung dan bertukar informasi menggunakan pengguna lainnya tanpa harus bertemu secara pribadi. virtual pula mempunyai keterkaitan dengan simulasi.

* + - * 1. *Simulasi*

*Simulasi* ialah sebuah representasi dari insiden, peristiwa, atau objek eksklusif yang bisa menambah pemahaman terhadap hal tadi tanpa wajib mengalami kejadiannya secara pribadi.

* + - * 1. Jaringan

Internet tidak bisa berguna Jika tidak terdapat user atau penggunanya. pada hal ini internet ialah indera penghubung antara satu pengguna dengan pengguna lainnya.

#### Media Sosial

Pada dasarnya media sosial artinya perkembangan terkini asal teknologi – teknologi perkembangan *web* baru berbasis internet, yang memudahkan seluruh orang untuk bisa berkomunikasi, berpatisipasi, saling membagi serta menghasilkan sebuah jaringan secara *online,* sebagai akibatnya dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri. Media sosial dimanfaatkan buat mengembangkan isu, ide, dan ekspresi diri. Banyak orang yang mengunggah bentuk ekspresi diri mirip foto juga video ke dalam media sosial.

Menurut Nasrullah (2015) media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya juga berinteraksi, bekerja sama, menyebarkan, berkomunikasi memakai pengguna lain menghasilkan ikatan sosial secara *virtual*. pada media sosial memiliki *hashtag* atau tanda pagar yang berfungsi menjadi suatu kegiatan yang menandakan topik apa yang sedang diperbincangkan sang pengguna. Menurut (Henderi, 2007) media sosial adalah situs jaringan sosial berbasis *web* yang memungkinkan bagi setiap individu buat membentuk *profil* publik ataupun semi *public* dalam sistem terbatasi, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, serta melihat serta menjelajahi daftar koneksi mereka yang di *design* oleh orang lain dengan suatu *system.*

Sedangkan berdasarkan Kaplan & Henlen (2010) media sosial merupakan sebuah kelompok perangkat lunak berbasis internet yang dibangun atas dasar *ideology* dan teknologi *web* 2.0 sebagai akibatnya memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content*. Jadi yang dimaksud *user generated content* artinya konten yang dirancang atau dipublikasikan oleh pengguna media *siber,* contohnya mirip artikel, gambar, komentar, bunyi, video dan aneka macam bentuk unggahan lainnya yang menempel di media *siber* mirip *blog*, lembaga, komentar pembaca atau pemirsa. Berdasarkan Shirky (2008), media sosial serta aplikasi sosial adalah indera buat meningkatkan kemampuan pengguna buat menyebarkan (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) diantara pengguna serta melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada pada luar kerangka institusional juga organisasi.

Media sosial mempunyai peran dan dampak bagi kehidupan khalayak yang wajib dirancang sedemikian rupa supaya media sosial tetap di fungsi dan tujuan media sosial itu sendiri serta memiliki manfaat dalam kehidupan setiap individu.

#### Karakterisktik Media Sosial

Media sosial berbagai media sosial yang banyak dipergunakan hingga saat ini. Berikut beberapa karakteristik yang ada pada media sosial:

* + - * 1. Partisipasi

Mendorong kontribusi serta umpan kembali dari setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga dapat mengaburkan batas antara media serta *audience.*

* + - * 1. Keterbukaan

Media sosial yang terbuka bagi umpan balik serta juga partisipasi melalui voting, membuatkan serta juga komentar. Terkadang batasan buat mengakses dan juga memanfaatkan isi pesan.

* + - * 1. Perbincangan

Selain itu, kemungkinan dengan terjadinya perbincangan ataupun pengguna secara dua arah.

* + - * 1. Keterhubungan

Mayoritas dari media sosial tumbuh dengan subur lantaran terjadi suatu kemampuan yang dapat melayani keterhubungan antara pengguna, melalui suatu fasilitas tautan (*links*) ke *website*, sumber informasi dan bagi pengguna-pengguna lainya.

#### Instagram

Secara istilah Instagram diambil berasal kata “Insta” yang dari kata “Instan”. Nama ini diambil berasal kamera polaroid dimana ialah kamera instan yang eksklusif jadi seketika. Sedangkan buat kata “gram” asal asal kata “*telegram*”, dimana cara kerja telegram ialah buat mengirimkan informasi kepada orang lain menggunakan cepat. pada hal ini, istilah-kata yang dibuat sesuai dengan tujuan Instagram yang mampu mengirim foto serta video dalam jaringan internet secara instan serta cepat. Selain dianggap Instagram, orang masa kini lebih senang menyebutnya IG atau Insta. oleh karena itulah Instagram berasal berasal kata “*instan-telegram*” (Putri, 2013).

*Software* yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger delapan tahun lalu tepatnya pada 6 Oktober 2010 ini intinya memang dikhusukan buat para penikmat serta praktisi *fotografi*. Maka dari fungsi tersebutlah mampu diperoleh sejumlah manfaat yang mampu membangun yang akan terjadi-yang akan terjadi yang optimal serta berasal situ pengguna memanfaatkan buat tujuan tertentu. Instagram dapat diinstal pada banyak sekali macam *system* operasi *telephone*

genggam, seperti *Apple App Store, Google Play dan Windows Phone Store.* Beberapa bulan setelah diluncurkan, Instagram mampu meraih 1 juta pengguna pada Desember 2010. Jumlah ini terus semakin tinggi, sampai Januari 2018 tercatat total pengguna Instagram di dunia telah mencapai 800 juta orang.

Berdasarkan (M, Nisrina, 2015) Instagram adalah software yang dipergunakan buat menunjukkan video dan foto, dan banyak yang memakai Instagram menjadi akun media umum pada berbisnis buat mempromosikan produk mereka. Sedangkan berdasarkan Bambang (2012), Instagram ialah sebuah *software* dari *smartphone* yang spesifik buat media sosial yang ialah keliru satu berasal media digital yang mempunyai fungsi hampir sama menggunakan *twitter*, namun perbedaannya terletak di pengambilan foto pada bentuk atau kawasan buat menyebarkan informasi terhadap penggunanya.

Melalui Instagram, para pengguna dapat mengunggah foto atau video ke halaman utama, yang secara otomatis akan muncul di halaman utama 26 para pengikutnya. waktu ini, Indonesia tercatat menjadi negara menggunakan pengguna Instagram terbanyak ketiga pada dunia, hal tadi dimanfaatkan oleh para wirausahawan untuk mempromosikan produknya melalui perangkat lunak Instagram. banyak sekali macam produk barang maupun jasa ditawarkan melalui Instagram menggunakan cara memposting foto atau video singkat sebagai akibatnya para calon konsumen bisa melihat jenis-jenis barang atau jasa yang ditawarkan.

Menurut Atmoko (2012) dalam bukunya yang berjudul Instagram Handbook menjelaskan bahwa aplikasi Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah, aplikasi tersebut yaitu:

1. *Home Page*

Halaman utama menampilkan foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti.

1. *Comments*

Foto-foto yang ada di Instagram bias dikomentari dengan kolom komentar.

1. *Explore*

Dihalaman profil pengguna bisa mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna lainnya.

1. *News Feed*

Fitur ini menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram.

Selain itu menurut Atmoko (2012) ada beberapa bagian yang sebaiknya diisi agar foto yang kita unggah lebih informative. Bagian-bagian tersebut yaitu:

1. *Caption*

Membuat judul atau caption foto lebih bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada foto tersebut.

1. *Hashtag*

Hashtag adalah symbol bertanda pagar (#). Fitur pagar ini penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di Instagram dengan label tertentu.

1. Lokasi

Instagram menyediakan fitur lokasi. Sehingga setiap foto yang diunggah akan menampilkan lokasi dimana pengambilannya.

Menurut Atmoko (2012), meski instagram disebut layanan photo sharing, tetapi Instagram juga merupakan jejaring sosial. Karena sesama pengguna bisa saling berinteraksi. Ada beberapa aktivitas yang dapat pengguna lakukan di instagram, yaitu:

1. *Follow*

Dengan adanya follow memungkinkan pengguna untuk mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang dianggap menarik untuk diikuti.

1. *Like*

Jika menyukai foto yang ada di *Home Page*, jangan segan-segan untuk memberi *like*. Pertama dengan menekan tombol *like* dibagian bawah *caption* yang bersebelahan dengan komentar. Kedua, dengan *double tap* (mengetuk dua kali) pada foto yang disukai.

#### Terpaan Media

Erdinaya mengungkapkan bahwa terpaan media juga bisa didefinisikan menjadi penggunaan media, baik jenis media, *frekuensi* penggunaan, juga durasi penggunaan (Erdinaya, 2005). Lebih lanjut, beliau juga mengungkapkan bahwa *frekuensi* penggunaan media serta mengumpulkan data seseorang menggunakan media. Sedangkan Mеnurut Blumlеr dаlаm Littlеjohn (2009), tеrpааn mеdiа аdаlаh pеrilаku sеsеorаng dаlаm mеnggunаkаn mеdiа mаssа.

Berdasarkan (Erdinaya, 2005) mengungkapkan bahwa terpaan media pula bisa didefinisikan menjadi penggunaan media, baik jenis media, frekuensi penggunaan, maupun durasi penggunaan. bisa disimpulkan terpaan media merupakan suatu intensintas (keadaaan) khayalak dimana khayalak tadi mendapatkan dan terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh suatu media, mampu diartikan terpaan sebagai aktivitas mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media massa, atau bahkan memiliki pengalaman serta perhatian terhadap pesan tadi yang dapat terjadi di individu ataupun kelompok.

Terpaan dapat diartikan menjadi kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman serta perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi di individu atau kelompok. Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan juga durasi penggunaan. Frekunsi penggunaan media mengumpulkan data khalayak tentang berapa kali sehari seseorang menggunakan media dalam satu minggu (untuk peneliti harian), berapa kali seminggu seseorang memakai dalam satu bulan (untuk peneliti mingguan), berapa kali sebulan seseorang memakai media dalam satu tahun (untuk peneliti tahunan). Media exposure atau terpaan media menurut (Sari, 1993), frekuensi penggunaan mencakup berapa kali seorang menggunakan media dalam jangka waktu eksklusif. Bedasarkan uraian berdasarkan para ahli, maka peneliti dapat menyimpulkan terpaan media ialah suatu intensintas (keadaaan) khayalak dimana khayalak tadi mendapatkan dan terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh suatu media, mampu diartikan terpaan menjadi aktivitas mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media massa, atau bahkan mempunyai pengalaman serta

perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu ataupun kelompok.

Mеnurut Аrdiаnto еt аl (2007), tеrpааn mеdiа dаpаt diukur mеlаlui dimеnsi- dimеnsi sеpеrti bеrikut:

1. Frеkuеnsi, yаitu mеliputi rutinitаs аtаs bеrаpа kаli sеsеorаng mеnggunаkаn mеdiа dаn mеngkonsumsi isi pеsаn dаri mеdiа.
2. Durаsi, yаitu mеliputi bеrаpа lаmа sеsеorаng mеnggunаkаn mеdiа dаn mеngkonsumsi isi pеsаn dаri mеdiа.
3. Аtеnsi, yаitu tingkаt pеrhаtiаn yаng dibеrikаn sеsеorаng dаlаm mеnggunаkаn mеdiа dаn mеngkonsumsi isi pеsаn dаri mеdiа.

#### Kualitas Infromasi

Berdasarkan Laudon (2010) informasi adalah deretan data yang dapat diubah kebentuk yang berarti serta bisa bermanfaat bagi setiap khalayak. Dapat dikatakan berarti dan bermanfaat waktu informasi yang diberikan atau disampaikan bermanfaat bagi khalayak. Menurut Stair & Reylond (2010) kualitas informasi merupakan sesuatu yang berkaitan secara langsung menggunakan sebuah informasi yang bisa digunakan untuk mengambil keputusan pada mencapai tujuan organisasi. Sedangkan DeLone & McLean pada (Putri,2022) berkata kualitas informasi bekerjasama menggunakan *system use, user satisfaction* serta *net benefit*. Sebuah informasi dapat dikatakan berkualitas saat informasi tadi dapat memenuhi infromasi yang sesuai menggunakan diharapkan oleh penggunanya, dimana kebutuhan informasi yang lengkap ada waktu diharapkan, sempurna ketika serta lain – lainnya.

McLoed & Schell (2007) menyebutkan bahwa kualitas infromasi memiliki beberapa indicator buat melihat kualitas informasi:

1. Relevan

Relevan berarti informasi yang diberikan harus sesuai dengan yang dibutuhkan.

1. Akurat

Akurat berarti informasi harus mencerminkan keadaan yang sebenarnya.

1. Tepat waktu

Tepat waktu berarti informasi yang ada saat informasi itu dibutuhkan.

1. Lengkap

Lengkap berarti informasi yang diberikan secara lengkap tidak menimbulkan pengertian – pengertian yang salah akan informasi tersebut.

#### Perilaku

Perilaku artinya akibat berasal segala macam pengalaman serta hubungan manusia dengan lingkungannya. Wujudnya bisa berupa pengetahuan, perilaku, dan tindakan. Perilaku manusia cenderung bersifat menyeluruh (*holistik*). Perilaku manusia artinya pencerminan berasal banyak sekali unsur kejiwaan yang mencakup keinginan, perilaku, reaksi, rasa takut, atau cemas, serta sebagainya. sang sebab itu, perilaku manusia ditentukan atau dibuat oleh faktor-faktor yang ada pada diri manusia. Perilaku berdasarkan KBBI artinya tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. pada esensinya, perilaku (*behaviour*) ialah apa pun yang dikatakan atau dilakukan seseorang.

Menurut (Jalaluddin, 2005) “manusia merupakan makhluk sosial, serta berasal proses sosial tersebut beliau memperoleh beberapa karakteristik yang mempengaruhi perilakunya. 3 komponen yang mempengaruhi perilaku manusia yaitu komponen afektif, komponen kognitif, dan komponen konotatif. Komponen yang pertama, yang merupakan aspek emosional serta faktor sosiopsikologis. Komponen kognitif adalah aspek intelektual, yang berkaitan dengan apa yang diketahui manusia. Komponen konatif ialah aspek volisional, yg bekerjasama dengan kebiasaan serta kemauan bertindak”.

Berdasarkan (Okviana, 2015) perilaku artinya segenap manifestasi biologi individu pada berinteraksi dengan lingkungan, mulai dari perilaku yang paling nampak hingga yang tidak tampak, dari yang dirasakan sampai paling yang tidak dirasakan. Menurut (Notoatmojo, 2010) perilaku ialah akibat daripada segala macam pengalaman serta hubungan insan menggunakan lingkunganya yang terwujud pada bentuk pengetahuan, perilaku serta tindakan. perilaku ialah respon/reaksi seseorang individu terhadap stimulus yang asal berasal luar maupun dari dalam dirinya.

Pendekatan behavioral terhadap evaluasi menekankan 3 hal yaitu (1) identifikasi perilaku spesifik, sering dianggap perilaku-perilaku sasaran (target

bihaviors) atau respons-respons target (sasaran *respons*); (2) identifikasi faktor lingkungan khusus yang mendatangkan, mengisyaratkan, dan menguatkan perilaku sikap sasaran; serta (3) identifikasi faktor lingkungan khusus yang bisa dimanipulasi buat mengubah perilaku (Daniel Cervone & Lawrence A. Pervin, 2012). Secara garis besar perilaku manusia terdiri asal dua faktor internal, diantaranya faktor biologis serta sosiopsikologis.

1. Faktor Biologis

Dalam faktor biologis sikap bisa dipengaruhi berasal warisan biologis seseorang manusia. Struktur biologis genetika manusia, sistem syaraf dan sistem hormonal sangat mempengaruhi perilaku manusia. Sistem genetis, memengaruhi kecerdasan, kemampuan sensasi serta emosi. Sistem saraf, mengatur pekerjaan otak serta proses pengolahan informasi serta jiwa manusia. Sistem hormonal, mempengaruhi mekanisme biologis dan proses psikologis (Jalaludin Rakhmat,2008). Faktor Sosiopsikologis ada tiga komponen faktor yang mempengaruhi sosiopsikologis pada perilaku manusia, diantaranya:

1. Komponen Kognitif, berkaitan dengan apa yang diketahui manusia. Berkaitan dengan kepercayaan atau keyakinan bahwa sesuatu itu benar atau salah atas dasar bukti, sugesti otoritas, pengalaman atau intuisi.
2. Komponen Afeksi, berhubungan dengan aspek emosional. Terdiri dari motif sosiogenis, sikap dan emosi.
3. Komponen Konatif, berhubungan dengan kebiasaan dan kemauan bertindak. kebiasaan adalah aspek perilaku manusia yang menetap, berlangsung secara otomatis dan tak direncanakan. Sedangkan kemauan bertindak adalah akibat keinginan untuk mencapai tujuan eksklusif yang begitu kuat.

#### Perilaku Konsumtif

Kata “konsumtif” mempunyai arti boros, makna kata konsumtif adalah sebuah perilaku yang boros yang mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan (Wardhani, 2009). Perilaku konsumtif menurut (Ancok, 2008) adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, tidak lebih jarang manusia mementingkan faktor emosi dibandingkan faktor rasionalnya atau lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan. Sedangkan menurut Suyasa dan

Fransisca (2005) perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan, tetapi untuk memenuhi keinginan yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya.

Berdasarkan Lina dan Rosyid (1997), perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan rasional, dan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan (*need*) tetapi sudah ada faktor keinginan (*want*). Perilaku konsumtif adalah suatu bentuk tindakan memakai produk yang tidak tuntas.

Produk kosmetik atau kecantikan merupakan salah satu produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan, keinginan konsumen, agar tampil lebih cantik dan menarik (Pratiknyo, 2008). Kosmetik berasal dari kata yunani “kosmetikos” yang berarti keterampilan menghias, mengatur. Menurut Wulansari (2008) kosmetik adalah bahan - bahan yang digunakan wanita yang berhubungan dengan kecantikan atau untuk mempercantik diri (wajah, kulit, rambut dan lain- lain). Poerwadarminta (2007) menambahkan kosmetik adalah alat -alat kecantikan seperti bedak, *krem*, dan *lotion* untuk memperindah wajah kulit, rambut, dan lainnya.

Aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid (1997) adalah:

* + - 1. Pembelian Impulsif (*impulsive buying*). Aspek ini menunjukkan bahwa seorang membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat tibatiba/keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.
      2. Pemborosan (*wasteful buying*) Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghamburkan-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas.
      3. Mencari kesenangan (*non rational buying*) Suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik adalah suatu perilaku membeli dimana seseorang mengkonsumsi barang berupa produk kosmetik secara berlebihan, yang tidak lagi didasarkan atas pertimbangan rasional serta lebih mementingkan faktor keinginan

dari pada kebutuhan hanya untuk mencapai kepuasan maksimal dan kesenangan saja, sehingga menimbulkan pemborosan.

Menurut Sumartono (2002), definisi konsep perilaku konsumtif amatlah variatif, tetapi pada intinya muara dari pengertian perilaku konsumtif adalah membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan pokok. Karakteristik atau indikator perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah. Pembelian barang tidak lagi melihat manfaatnya akan tetapi tujuannya hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan.
2. Membeli produk karena kemasannya menarik. Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasannya yang berbeda dari yang lainnya.
3. Membeli produk demi menjaga penampilan gengsi. Gengsi membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, dibandingkan dengan membeli barang lain yang lebih dibutuhkan.
4. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat). Cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.
5. Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol atau status. Individu menganggap barang yang digunakan adalah suatu simbol dari status sosialnya.
6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk. Individu memakai sebuah barang karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model iklan tersebut, ataupun karena model yang diiklankan adalah seorang idola dari pembeli.
7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri. Individu membeli barang atau produk bukan berdasarkan kebutuhan tetapi karena memiliki harga yang mahal untuk menambah kepercayaan dirinya.
8. Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda. Konsumen akan cenderung menggunakan produk dengan jenis yang sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya digunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

#### Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

Lina dan Rosyid (1997) menyatakan bahwa perilaku konsumtif pada dasarnya dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu:

#### Faktor eksternal yang meliputi:

* 1. Kebudayaan dan kebudayaan khusus

Budaya adalah faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar.

* 1. Kelas sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogeny dan permanen, yang tersusun secara hierarkis dan para kelompoknya menganut nilai, minat dan perilaku yang serupa.

* 1. Kelompok sosisal dan kelompok referensi

Interaksi seseorang didalam kelompok sosial akan berpengaruh terhadap pendapat dan seleranya.

* 1. Keluarga

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan para anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Kemudian Mangkunegara (2009) menambahkan keluarga sebagai suatu unit masyrakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli.

#### Faktor internal yang meliputi:

* 1. Motivasi dan Harga diri

Motivasi adalah pendorong perilaku seseorang, tidak terkecuali melakukan pembelian. kebutuhan yang cukup menekan mengarahkan seseorang untuk mencari kepuasan. Seseorang yang harga dirinya rendah cenderung lebih mudah dipengaruhi daripada seseorang yang harga dirinya tinggi (Sears, Freedman dan Peplau, 1991).

* 1. Pengamatan dan proses belajar

Sebelum seseorang membeli produk, seseorang akan mendasarkan pengamatannya terhadap produk tersebut. Howard dan Weth (2009) menyatakan bahwa pembelian yang dilakukan konsumen juga merupakan suatu rangkaian proses belajar.

* 1. Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian biasanya di gambarkan dengan menggunakan ciri bawaan seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan bersosialisasi, pertahanan diri dan kemampuan adaptasi. Octaviani dan Kartasasmita (2017) mengatakan konsep diri terbagi menjadi beberapa komponen, antara lain citra diri.

#### Landasan Teori

##### Teori Uses and Gratification

Teori penggunaan serta kepuasan atau *uses* and *gratification theory* ialah keliru satu teori yang terkenal pada studi komunikasi massa. *Uses and Gratificarion* Theory dikembangkan oleh Elihu Katz, Jay G Blumler dan Michuel Gurevitch (2009), Teori ini mengutukan bahwa munusia dapat memilih media yang lebih khusus serta berisi buat menerima akibat *(gratifications*) yang mereka inginkan. model *uses and grarificarion* menunjukkan bahwa yang menjadi pertarungan bukanlah bagaimana media mengubah perilaku dan perilaku khalayak, namun bagaimana media memenuhi kebutuhan eksklusif serta sosial khalayak. oleh sebab itu muncullah teori ini yang menyatakan Bila khalayak media dilihat sebagai khalayak aktif dimana mereka memakai media dikarenakan kebutuhan akan informasi, pendidikan dan hiburan.

Teori *Uses and Gratification* mengakibatkan komunikan (khalayak media) menjadi penekanan utamanya bukan komunikator (media). Didalam teori *uses and gratifications* khalayak ditinjau sebagai individu aktif dan mempunyai tujuan, mereka bertanggung jawab dalam pemilihan media yg akan mereka gunakan buat memenuhi kebutuhan mereka. menurut teori ini, individu sadar akan kebutuhan mereka serta bagaimana buat memenuhi kebutuhan tersebut. Selanjutnya, *teori uses*

*and gratifications* juga memberi pengertian bahwa penggunaan media diarahkan oleh motif tententu.

Inti *Uses and Gratification Theory* adalah khalayak intinya memakai media massa berdasarkan motif-motif eksklusif, (Kriyantono, 2006). Media disebut berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Audiens dievaluasi mengetahui kebutuhan mereka serta mengetahui dan bertanggungjawab terhadap pilihan media yang bisa memenuhi kebutuhan mereka tersebut. Khalayak aktif serta selektif mendapatkan terpaan/pesan berasal media massa yang sampai kepadanya serta beliau tidak mau begitu saja mendapatkan semua terpaan itu. Khalayak aktif dalam terpaan selektif. Terpaan selektif artinya Khalayak memilih media massa serta isi pesan yang mereka yakini paling sinkron dengan pandangan, pendapat serta pengalaman mereka. menggunakan kata lain, khalayak akan memakai media massa yang bermanfaat bagi dirinya serta akan cenderung menghindari media yang kurang berguna bagi dirinya

Penggunaan media didorong oleh adanya kebutuhan serta tujuan yang dipengaruhi oleh audiens sendiri, (Littlejohn 2005) Inti asal teori uses and gratification merupakan pengguna media merupakan pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Adapun asumsi dasar teori uses and gratification menurut Katz, Blumler & Gureviteh dalam Rakhmat (2005), yaitu:

1. Khalayak diklaim aktif, adalah khalayak menjadi bagian krusial dari penggunaan media massa diasumsikan punya tujuan.
2. Dalam proses komunikasi massa, inisiatif buat mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan mediaterletak di khalayak.
3. Media massa harus bersaing menggunakan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya (khalayak).
4. Tujuan pemilihan media massa disimpulkan asal data yang diberikan anggota khalayak, artinya orang disebut relatif mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.
5. Penelitian tentang arti kultural berasal media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

Menurut (Nurrudin,2008) pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang saling baik pada perjuangan memenuhi kebutuhannya, artinya teori uses and gratification mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan cara lain buat memuaskan kebutuhannya.

#### Penelitian Terdahulu

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Nama Peneliti, Tahun,**  **Universitas** | **Judul Penelitian** | **Metode Penelitian** | **Hasil Penelitian** | **Perbedaan dengan penelitian**  **ini** |
| 1. | Rizki Apriliana Dwi Asmara, 2018, Institut Agama Islam Negeri (IAIN)  Ponorogo | Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Instagram Jurusan Ilmu Al – Qur’an Dan Tafsir Iain Ponorogo Tahun 2018 | Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. | Dari analisis data ditemukan: 1) tingkat penggunaan media sosial instagram mahasiswa Jurusan Ilmu Al – Qur’an dan Tafsir IAIN  Ponorogo tahun 2018  berada pada kategori sedang dengan  25 responden dan prosentase sebesar 71,42%. 2) tingkat  perilaku | Responden pada peneliatan ini berbeda.  Variabel X pada penelitian ini berbeda. |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Nama Peneliti, Tahun,**  **Universitas** | **Judul Penelitian** | **Metode Penelitian** | **Hasil Penelitian** | **Perbedaan dengan penelitian**  **ini** |
|  |  |  |  | konsumtif mahasiswa Jurusan Ilmu Al – Qur’an dan Tafsir IAIN  Ponorogo tahun 2018  berada pada kategori sedang dengan  19 responden dan prosentase sebesar 54,28%. 3) ada pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna instagram Jurusan Ilmu Al – Qur’an dan Tafsir  IAIN |  |

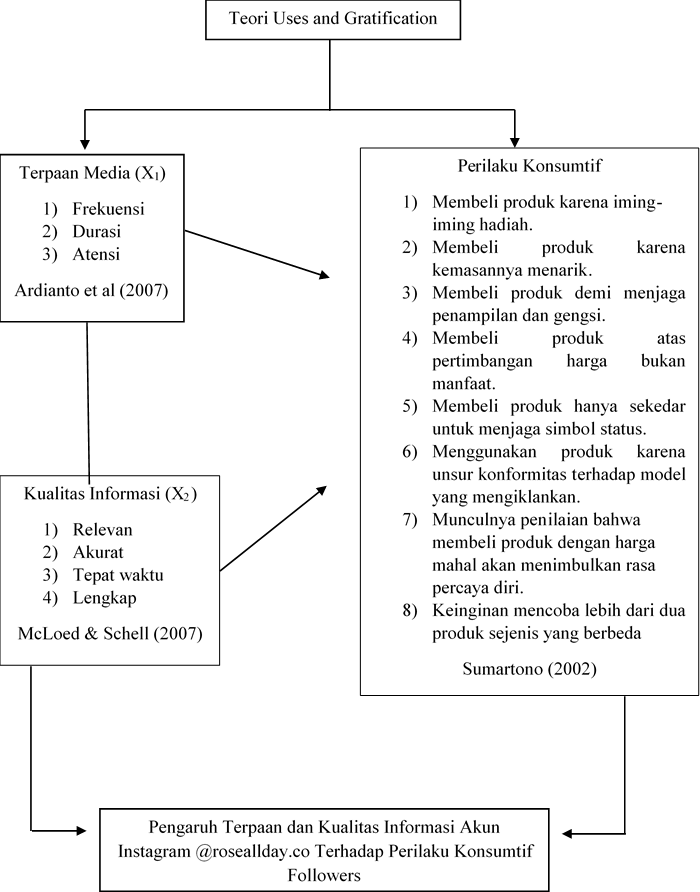
|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Nama Peneliti, Tahun,**  **Universitas** | **Judul Penelitian** | **Metode Penelitian** | **Hasil Penelitian** | **Perbedaan dengan penelitian**  **ini** |
|  |  |  |  | Ponorogo tahun 2018 |  |
| 2. | Dede Mustomi, Aprilia Puspasari, 2020,  Universitas Bina Sarana Infromatika | Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa | Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. | Hasil uji validitas semua data kuesioner dinyatakan valid dengan nilai r hitung lebih tinggi dari r tabel. Hasil uji reliabilitas semua data kuesioner dinyatakan reliabel dengan nilai  alpha lebih besar dari r tabel. Hasil uji korelasi variabel X terhadap Variabel Y dengan menggunakan  correlation | Responden pada penelitian ini berbeda.  Variabel X pada penelitian ini berbeda. |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Nama Peneliti, Tahun,**  **Universitas** | **Judul Penelitian** | **Metode Penelitian** | **Hasil Penelitian** | **Perbedaan dengan penelitian**  **ini** |
|  |  |  |  | pearson. Hasilnya tidak ada pengaruh signifikan antara media sosial terhadap perilaku konsumtif  mahasiswa. |  |
| 3. | Umi Hidayatun, 2015,  Universitas Negeri Yogyakarta | Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Dan Dukungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas Xi Sma Muhammadiyah 3 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2014/2015 | Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. | sil penelitian menunjukkan:  (1) ada  pengaruh positif dan signifikan antara intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif remaja dengan p (0,000) <  0,05, (2) ada  pengaruh positif dan signifikan antara | Variabel 𝑋1  dan 𝑋2  berbeda dengan penelitian ini. Responenden pada penelitian ini berbeda. |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Nama Peneliti, Tahun,**  **Universitas** | **Judul Penelitian** | **Metode Penelitian** | **Hasil Penelitian** | **Perbedaan dengan penelitian**  **ini** |
|  |  |  |  | dukungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif remaja dengan p (0,000) <  0,05, (3) ada  pengaruh positif dan signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dan dukungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif remaja dengan p (0,000) <  0,05. |  |
| 4. | Azzahra Aulia, Farid Rusdi, 2022, Universitas Taumanegara | Pengaruh Terpaan Konten Fesyen TikTok di Akun @nazwaadinda\_02 terhadap Perilaku | Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan | Hasil peelitian dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh  positif sebesar | Variabel X pada penelitian ini berbeda dam platform |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Nama Peneliti, Tahun,**  **Universitas** | **Judul Penelitian** | **Metode Penelitian** | **Hasil Penelitian** | **Perbedaan dengan penelitian**  **ini** |
|  |  | Konsumtif Pengikutnya | metode survey. | 28% dari Terpaan Konten Fesyen terhadap Sikap Konsumtif sedangkan 72% lainnya dipengaruhi variabel lain  yang tidak  diuji. | media sosial berbeda. |
| 5. | Kiki Dwi Arviani, 2021,  Universitas Negeri Jakarta. | Pengaruh Terpaan Iklan E-commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta | Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. | memberikan hasil yaitu terdapat pengaruh terpaan iklan e-commerce Shopee terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa program studi ilmu komunikasi Universitas Negeri Jakarta  angkatan 2019. | Platform penelitian ini berbeda dan respondennya berbeda |

#### Kerangka Pemikiran



**Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran**

#### Hipotesis

Hipotesis adalah pendapat atas pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya, masih perlu diuji terlebih dahulu dan karena masih bersifat sementara atau dugaan. Menurut Webster, hipotesis adalah teori, prosisi yang belum terbukti, diterima secara tentatif untuk menjelaskan fakta-fakta yang menyediakan atas dasar untuk melakukan investigasi dan menyatakan argumen (Bungin, 2006). Hipotesis dalam suatu penelitian memiliki peran penting dimana hipotesis membantu menentukan arah penelitian yang tidak jelas arahnya.

Untuk melanjutkan penelitian ini, maka penulis membuat hipotesis untuk dilakukan pengujian, yaitu:

1. Ha1 : Tidak ada Pengaruh Terpaan Media pada Akun Instagram @roseallday.id Terhadap Perilaku Konsumtif Followers.
2. H01 : Terdapat Pengaruh Terpaan Media pada Akun Instagram @roseallday.id Terhadap Perilaku Konsumtif Followers.
3. Ha2 : Tidak ada Pengaruh Kualitas Informasi Pada Akun Instagram @roseallday.id Terhadap Perilaku Konsumtif Followers.
4. Ho2 : Terdapat Pengaruh Kualitas Informasi Pada Akun Instagram @roseallday.id Terhadap Perilaku Konsumtif Followers.
5. Ha3 : Tidak ada Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi Pada Akun Instagram @roseallday Terhadap Perilaku Konsumtif Followers.
6. H03 : Terdapat Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi Pada Akun Instagram @roseallday.id Terhadap Perilaku Konsumtif Followers.

### BAB III METODELOGI PENELITIAN

#### Subjek dan Objek Penelitian

* + 1. **Subjek Penelitian**

Menurut Amirin (1986) subjek penelitian adalah seseorang atau sesuatu yang mengenainya ingin diperoleh keterangan atau orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk tentang situasi dan kondisi latar penelitian (dalam Fitrah & Luthfiyah, 2017). Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah *followers* pada akun Instagram @roseallday.id.

#### Objek Penelitian

Dalam penelitian kuantitatif yang dimaksud objek penelitian adalah variabel yang diteliti (Anshori dan Iswati, 2017). Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah terpaan media, kualitas informasi, perilaku konsumtif, dan akun Instagram @roseallday.id.

#### Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini penelitian ini adalah menggunakan penelitian kuantitaif. Punch (1988) Penelitian Kuantitatif adalah penelitian empiris di mana data – datanya dalam bentuk suatu yang dapat dihitung. Penelitian kuantitatif memperhatikan pengumpulan dan analisis data dalam bentuk menarik.

Metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengambilan sampel secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrument, analisis data bersifat *statistic*. (Sugiyono, 2015).

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode *survey*. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh dengan cara membuat daftar pernyataan secara tertulis, ditujukan pada obyek penelitian hasilnya merupakan data tertulis yang didapat dari followers akun @roseallday.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif karena ingin melihat mengukur pengaruh terpaan dan kualitas informasi pada akun Instagram @roseallday terhadap perilaku perilaku konsumtif followers.

45

#### Paradigma Penelitian

Paradigma dalam penelitian ini adalah menggunakan paradigm positivisme. Positivisme dalam ilmu sosial merupakan studi tentang realitas sosial dengan ukuran dan dihubungkan dengan variabel – variabel seperti, statistic, dan model. Anis Chariri membuat pengertian paradigm postivisme secara lebih sederhana berdasarkan pendapat Neuman (2003), yaitu suatu pendekatan yang diadopsi dari ilmu alam yang menekankan pada kombinasi antara angka dan logikan deduktif dan penggunaan alat – alat kuantitatif dalam mengintrepretasikan suatu fenomena secara objektif.

Filsafat positivisme sendiri dijelaskan oleh Sugiyono (2012) sebagai suatu filsafat yang memandang relatitas/gejala/fenomena yang dapat diklasifikasikan, relative tetap, konkrit, teramati, terukur dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Positivism kuantitatif dapat digunakan untuk meneliti populasi atau sampel.

#### Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara atau teknik yang digunakan oleh para peneliti untuk mengumpulkan suatu data. Teknik pengumpulan data dapat mempengaruhi baik atau tidaknya suatu riset. Untuk itu, teknik pengambilan data harus dirancang sebaik mungkin agar data yang diperoleh sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Maka metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Studi Pusaka

Studi pustaka merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca, mengkaji, serta mempelajari buku-buku, literatur, jurnal-jurnal, referensi, dan lain-lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Menurut (sugiyono, 2011) terdapat tiga kriteria yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian, yaitu relevansi, kemutakhiran, dan keaslian. Relevansi berarti teori yang dikemukakan sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Kemutakhiran berarti terkait dengan kebaruan teori atau referensi yang digunakan. Keaslian terkait dengan keaslian sumber penelitian.

1. Studi Kuisoner

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada. Kuesioner juga dikenal sebagai angket. Kuesioner merupakan sebuah daftar pertanyaan yang harus diisi atau dijawab oleh responden atau orang yang akan diukur.

Menurut Sugiyono (2016) adalah daftar pertanyaan yang harus di isi oleh responden atau disebut juga angket. Kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Jenis kuesioner atau jenis angket yang digunakan dalam penelitian ini yaitu angket tertutup. Jenis angket ini dipilih untuk mempermudah pengumpulan data pada responden yang berjumlah banyak dan tersebar. Menurut Sugiyono (2016) kuesioner tertutup adalah suatu angket dimana responden telah diberikan alternatif jawaban oleh peneliti.

#### Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek dan obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Selain itu populasi juga bisa didefinisikan sebagai suatu jumlah keseluruhan yang mencakup semua anggota yang diteliti (Istijanto, 2009).

Menurut Arikunto (2013) populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Jadi yang dimaksud populasi adalah individu yang memiliki sifat yang sama walaupun prosentase kesamaan itu sedikit, atau dengan kata lain seluruh individu yang akan dijadikan sebagai obyek penelitian. Maka dari penjelasan para ahli tersebut, penulis menetapkan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh followers akan Instagram @roseallday.id yang berjumlah 176.000 atau 176 rb per Maret 2023.

1. Sampel

Sampel menurut Siyoto (2015) adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota

populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Sampel digunakan jika populasi terlalu besar dan untuk menghemat waktu seta biaya. Teknik pengambilan sampel harus representative atau betul-betul mewakili populasi agar data yang dihasilkan sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Penelitian ini dalam penarikan sampel menggunakan kategori sampel non probabilitas dengan purposive sampling. Pengertian purposive sampling menurut Sugiyono (2016) adalah teknik penentuan sampel atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset. Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan Teknik Purposive Sampling karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oeh karena itu, penulis memilih Teknik Purposive Sampling dengan menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah Followers akun Instagram @roseallday.co yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

* 1. Mengetahui atau Mengikuti akun Instagram @roseallday.co
  2. Pengguna aktif Instagram.
  3. Usia 17 sampai 25 tahun.

Untuk menentukan sampel yang dibutuhkan, maka digunakan rumus *Slovin*. *Margin of error maximum* atau kesalahan maximal yang bisa diterima ditetapkan dalam rumus ini sebesar 0.05 atau 5%.

## 𝑛 =

𝑁

## 1 + 𝑁𝑒2

Keterangan:

n = Jumlah Sampel (orang)

N = Jumlah atau ukuran Populasi

Ne = Tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi, sebesar 5%

1 = Bilangan Konstant

Bedasarkan rumus tersebut maka diperoleh jumlah sampel (n), sebagai berikut:

𝑛 = 188000

1+188000(0,05)2

188000

𝑛 =

1 + 188000(0,0025)

188000

𝑛 =

471

𝑛 = 399,15 dibulatkan menjadi 400 responden

Dari perhitungan diatas maka hasil pembulatan sampel dalam hitungan diatas adalah sebanyak 399,15 responden. Dengan demikian jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 400 responden.

#### Sumber Data

Menurut Sugiyono (2011) dalam data primer dan data sekunder yaitu:

1. Data Primer

yaitu dari sumber pertama atau hasil langsung dari lapangan yang didapatkan oleh peneliti dalam mencari jawaban dari permasalahan penelitian. Data ini khusus dibuat oleh peneliti agar dapat menjadi jawaban atas pertanyaan atau permasalahan yang ditanganinya.

1. Data Sekunder

yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literature, artikel, jurnal, serta situs di internet yang berkenan dengan penelitian yang dilakukan.

#### Pengukuran Instrument Penelitian

Instrument penelitian dalam penelitian kuantitatif digunakan untuk mengumpulkan data dan untuk mengukur nilai variabel yang akan diteliti. Instrumen penelitian menurut Sugiyono (2017) merupakan alat ukur, tujuan uatamanya yaitu menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka dari itu setiap instrumen harus mempunyai skala.

Maka untuk mengetahui pengukuran jawaban responden pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode skala likert. Skala Likert adalah afeksi positif atau negatif yang berhubungan dengan beberapa objek psikologis. Objek sikap dapat berupa simbol, ungkapan, slogan, orang, institusi, ideal, ide, dan lain-lain. Menurut Sugiyono (2016) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek sikap. Indikator-indikator dari variabel sikap terhadap suatu objek merupakan tolak ukur dalam membuat pertanyaan atau pernyataan yang harus diisi oleh responden. Pada penelitian ini menggunakan Skala Likert. Skala likert menjabarkan variabel yang akan diukur menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebuah titik tolak untuk menyusun item – item instrument yang berupa pertanyaan atau pernyataan.

#### Tabel 3. 1 Skala Likert

|  |  |
| --- | --- |
| **Pernyataan** | **Penilaian** |
| Sangat Setuju | 4 |
| Setuju | 3 |
| Tidak Setuju | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | 1 |

Sumber: (Sugiyono,2016)

#### Definisi Konsep Dan Operasional Variabel

Definisi merupakan suatu petujunjuk pelaksanaan mengenai cara untuk mengukur variabel-variabel. Adapun yang menjadi definisi konsep operasional dalam penelitian ini sebagai berikut.

#### Variabel X

Variabel X atau Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu pengaruh terpaan (X\_1) dan kualitas informasi (X\_2) akun Instagram @roseallday.id. Menurut (Erdinaya, 2005) menjelaskan bahwa terpaan media juga dapat didefinisikan sebagai penggunaan media, baik jenis media, frekuensi penggunaan, maupun durasi penggunaan. Dapat disimpulkan terpaan media adalah suatu intensintas (keadaaan) khayalak dimana khayalak tersebut menerima dan terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh suatu media, bisa diartikan terpaan sebagai kegiatan mendengar,

melihat, dan membaca pesan-pesan media massa, atau bahkan mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu ataupun kelompok. Menurut Laudon (2010) informasi merupakan kumpulan data yang dapat diubah kebentuk yang berarti dan dapat berguna bagi setiap khalayak. Dapat dikatakan berarti dan berguna ketika informasi yang diberikan atau disampaikan bermanfaat bagi khalayak.

#### Variabel Y

Variable Y atau variabel terikat adalah variabel yang menjadi akibat dari variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif. Dapat dipahami yang dimaksud perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan rasional, dan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan (need) tetapi sudah ada faktor keinginan. Beberapa tahun belakangan ini, produk lokal brand dalam produk kecantikan atau makeup di Indonesia kembali menjadi sorotan bagi masyarakat dengan berbagai packaging produk serta manfaat yang ditawarkan, sehingga membuat keinginan konsumen untuk memiliki produk tersebut. Dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik adalah suatu perilaku membeli dimana seseorang mengkonsumsi barang berupa produk kosmetik secara berlebihan, yang tidak lagi didasarkan atas pertimbangan rasional serta lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan hanya untuk mencapai kepuasan maksimal dan kesenangan saja, sehingga menimbulkan pemborosan.

#### Operasional Variabel

**Tabel 3. 2 Operasional Variabel**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Indikator** | **Pernyataan** | **Skala** |
| Terpaan Media (X1) | Frekuensi | Memiliki akun Instagram dan menggunkaan media sosial Instagram terus-  menerus. | Likert |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Durasi | Berapa lama pengguna  menggunakan media sosial Instagram. |  |
| Atensi | Memperhatikan setiap detail isi pesan yang berada  di media sosial Instagram. |
| Kualitas Informasi Akun Instagram @roseallday (X2) | Relevan | Dalam informasi yang diberikan sesuai dengan pokok masalah yang sedang  dihadapi dan dibutuhkan | Likert |
|  | Akurat | Dalam infromasi yang disampaikan harus seusai dengan kejadian yang sebenarnya. Pengujian ini dilakukan dilihat dari  beberapa sumber. |
|  | Tepat Waktu | Dalam informasi diberikan pada waktu yang  dibutuhkan. |
|  | Lengkap | Dalam informasi yang diberikan harus secara lengkap, agar tidak menimbulkan  kesalahpahaman. |
| Perilaku Konsumtif (Y) | Membeli produk karena iming - iming hadiah. | Pembelian barang tidak lagi melihat manfaatnya akan tetapi tujuannya hanya untuk mendapatkan hadiah  yang ditawarkan. | Likert |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Membeli produk karena kemasannya  menarik. | Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasannya yang menarik dan unik. |  |
|  | Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi. | Gengsi membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri daripada barang lebih  dibutuhkan. |
|  | Membeli produk atas pertimbangan harga bukan manfaat. | Cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yag dianggap paling  mewah. |
|  | Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan  produk. | Individu menganggap barang yang digunakan adalah suatu simbol dari status sosialnya. |
|  | Menggunakan produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. | Individu memakai sebuah barang karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model iklan tersebut, ataupun karena model yang diiklankan adalah seorang  idola dari pembeli. |
|  | Munculnya  penilaian bahwa | Individu membeli barang atau  produk bukan berdasarkan |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa  percaya diri. | kebutuhan tetapi karena memiliki harga yang mahal untuk menambah kepercayaan dirinya. |  |
|  | Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda | Konsumen akan cenderung menggunakan produk dengan jenis yang sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya digunakan, meskipun produk tersebut  belum habis dipakainya. |

#### Teknik Pengolahan Data

Teknik Pengumpulan Data menurut Sugiyono (2017) merupakan langkah paling strategis dalam suatu penelitian, karena tujuan utama dari penelitain adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui Teknik pengumpulan data, maka pnelitian tidak akan mendapatkan yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Teknik analisis data merupakan pengelolaan data dari data-data yang sudah terkumpul. Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner selanjutnya diurutkan, dikelompokkan, dan dikategorikan agar dapat diolah menggunakan teknik statistik dengan bantuan SPSS (Statistikal Product and Service Solution) versi 25 system dengan menggunakan operating system windows 11. Analisis data dimaksudkan untuk melakukan pengujian hipotesis, dan menjawab rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian.

#### Teknik Analisis Data

Analisis data dapat diartikan sebagai proses perhitungan dalam penerapan metode statistika. Proses analisis data pada dasarnya adalah cara yang dapat digunakan untuk melakukan penelusuran dan pengungkapan informasi agar data yang diperoleh lebih relevan. Biasanya, bentuk penyajian dan data yang di dapatkan menjadi lebih ringkas dan sederhana, yang pada akhirnya mengarah kepada keperluan adanya penjelasan dan penafsiran.

Menurut Maleong dalam Sugiyono (2016) analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja yang disarankan oleh data. Lalu, Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi lincar sederhana. Menurut Sugiyono (2016) analisis regresi linear sederhana dapat dianalisis karena didasari oleh hubungan fungsional atau hubungan sebab akibat variabel X terhadap variabel Y.

#### Uji Validitasi Data

Pengujian validitas data dilakukan untuk menguji data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak dengan alat ukur yang digunakan dengan menggunakan bantuan program SPSS. Validitas merupakan sejauh mana alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur (Singarimbun, 2012).

Validitas adalah suatu derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang isi sebenarnya yang diukur. Analisis validitas item bertujuan untuk menguji apakah tiap butir pertanyaan adalah benar, paling tidak kita dapat menetapkan derajat yang tinggi dari kedekatan data yang diperoleh dengan apa yang kita yakini dalam pengukuran.

#### Uji Realibilitas Data

Realibitas adalah alat ukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2006). Suatu alat ukur dikatakan reliabilitas jika hasil pengukurannya relatif konsisten apabila alat ukur tersebut digunakan berulang kali oleh penelitian yang sama. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Kriteria penilaian uji reliabilitas menurut Ghozali (2006) adalah:

* + - 1. Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,60 maka kuesioner tersebut reliable.
      2. Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,60 maka kuesioner tersebut tidak reliable.

#### Tabel 3. 3 Tingkat Realibilitas Berdasarkan Nilai Alpha

|  |  |
| --- | --- |
| **Alpha** | **Tingkat Reliabilitas** |
| 0,80 – 1,00 | Tinggi |
| 0,60 – 0,80 | Reliabel |
| 0,40 – 0,60 | Cukup |
| 0,20 – 0,40 | Rendah |
| 0,00 – 0,20 | Sangat Rendah |

* + 1. **Uji Asumsi Klasik**

#### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Menurut Ghozali (2012) model regresi yang naik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (dalam Febriani & Dewi, 2018). Uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov dengan pengambilan keputusan normal atau tidaknya data dilihat dari nilai signifikansinya, jika nilai signifikasi lebih besar dari 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi normal (Duli,2019).

#### Uji Heterokedastitas

Uji heterokedastisitas berguna untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Widarjono dalam Duli, 2019). Uji Heterokedastitas menggunakan uji Park dengan pengambilan keputusan melalui nilai signifikasinya, jika nilai signfikansi lebih dari 0,05 makan data tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas dalam regresi berganda. Uji multikolinearitas menggunakan variance inflation factor (VIF) dengan pengambilan keputusan melihat nilai VIF kurang dari 10 maka data dinyatakan linear (Duli, 2019).

#### Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas (X) menjelaskan variabel terikat (Y). Nilai koefisien determinasi dimulai dari 0 sampai 1, jika nilai semakin mendekati angka 1 maka hubungan yang

dimiliki semakin kuat. Interpretasi nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut :

#### Tabel 3. 4 Interpretasi koefisien Determinasi

|  |  |
| --- | --- |
| **Interval Koefisien** | **Tingkat Hubungan** |
| 0,00 – 0,199 | Sangat Rendah |
| 0,20 – 0,399 | Rendah |
| 0,40 – 0,599 | Sedang |
| 0,60 - 0,799 | Kuat |
| 0,80 – 1,000 | Sangat Kuat |

Sumber: Sugiyono 2018

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Nawari, 2010) analisis regresi bergua untuk mengetahui sejauh mana variabel kunci memiliki pengaruh terhadap variabel bebas. Analisis regresi yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda karena terdapat dua variabel independen dan satu variabel dependen. Bentuk persamaan analisis regresi linear berganda:

Y = a+b1X1 + b2X2

Keterangan:

Y = Nilai yang diprediksikan a= harga Y bila X=0

b= Koefisien Regresi

X= Nilai variabel independen

#### Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mendapatkan jawaban dari hipotesis yang diajukan apakah diterima atau ditolak. Uji hipotesis terdiri dari uji simultan dan uji parsial.

#### Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari masing- masing variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono dalam Susanto & Erdiansyah, 2018:297). Dasar pengambilan keputusan untuk uji T:

* + - * + Jika thitung > ttabel dan signifikasi < 0,05 artinya terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.
        + Jika thitung > ttabel signifikasi > 0,05 artinya tidak terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

#### Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama – sama atau simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengambilan keputusan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel pada taraf signifikasi 0,05 dengan dasar pengambilan keputusan:

1. Jika nilai F hitung > F tabel maka Ho3 ditolak dan Ho3 diterima.
2. Jika nilai F hitung < F tabel maka Ho3 diterima dan Ha3 ditolak.

**BAB IV**

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### Hasil Penelitian

* + 1. **Deskripsi Objek Penelitian**



#### Gambar 4. 1 Logo Instagram

Sumber [www.instagram.com](http://www.instagram.com/)

*Instagram* yang mampu mengirim foto serta video dalam jaringan internet secara instan serta cepat. Berdasarkan (M, Nisrina, 2015) Instagram adalah software yang dipergunakan buat menunjukkan video dan foto, dan banyak yang memakai Instagram menjadi akun media umum pada berbisnis buat mempromosikan produk mereka. *Software* yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger delapan tahun lalu tepatnya pada 6 Oktober 2010 ini intinya memang dikhusukan buat para penikmat serta praktisi fotografi. Maka dari fungsi tersebutlah mampu diperoleh sejumlah manfaat yang mampu membangun yang akan terjadi-yang akan terjadi yang optimal serta berasal situ pengguna memanfaatkan buat tujuan tertentu. Instagram dapat diinstal pada banyak sekali macam system operasi telephone genggam, seperti *Apple App Store, Google Play* dan *Windows Phone Store*. Beberapa bulan setelah diluncurkan, Instagram mampu meraih 1 juta pengguna pada Desember 2010. Jumlah ini terus semakin tinggi, sampai Januari 2018 tercatat total pengguna Instagram di dunia telah mencapai 800 juta orang.

59

#### Akun Instagram @roseallday.co



**Gambar 4. 2 Produk dari Rose All Day**

Sumber [www.twitter.com](http://www.twitter.com/)

Dilansir dari indiekraf, Rose All Day *Cosmetics* artinya sebuah perusahaan kosmetik lokal yang berdiri di tengah industri kecantikan lokal di bulan Agustus 2017. Rose All Day Cosmetics, yang biasa diklaim RADC, kini berhasil menjadi salah satu *merk* kosmetik lokal yang paling sukses. *brand* ini dikenal karena kualitasnya yang sangat baik dan memiliki image clean-beauty pada ranah makeup dan produk perawatan kulit. Perusahaan ini didirikan oleh tiga perempuan enterpreneur lokal yaitu Tiffany Danielle, Samantha Wijaya, serta Cindy Gunawan. akun Instagram @roseallday.co memiliki 188k pengikut dengan 1,577 postingan yang sudah pada unggah dan bisa bertambah pada setiap harinya (data diambil di tanggal 19 Juni 2023). Ada aneka macam macam dan juga lengkap produk kosmetik yang didesain oleh rose all day yang diunggah pada *official* akun instagramnya. @roseallday.co memiliki model produk, serta kemasan atau packaging yang berwarna pink lalu terlihat minimalis.

#### Deskripsi Data

* + 1. **Hasil Analisis Data Responden**

Pada penelitian ini disebarkan pada 400 responden yang merupakan followers akun Instagram @roseallday.co. kemudian, digunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling sendiri adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik purposive sampling yakni pengambilan dengan

kriteria tertemtu kriteria tersebut antara lain followers akun Instagram @roseallday.co, pengguna aktif Instagram, dan umur dari 17 hingga 25 tahun.

Deskripsi responden merupakan salah satu aspek yang sangat berpengaruh dalam suatu penelitian. Terutama dalam menjelaskan jawaban – jawaban yang ada pada kuesioner yang diberikan kepada responden. Pada deskripsi responden berikut ini akan dikemukakan gambaran umum mengenai responden yang menjadi objek dalam penelitian ini, yaitu pengguna aktif Instagram yang mengikuti atau followers akun Instagram @roseallday.co dan berusia 17 hingga 25 tahun. Responden yang diambil sebagai sampel adalah sebanyak 400 orang dan dibagi satu kategori yaitu usia.

#### Hasil Analisis Usia Responden

**Tabel 4. 1 Usia Responden**

**UsiaResponden**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Frequency | | | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 17 | 3 | .8 | .8 | .8 |
| 18 | 20 | 5.0 | 5.0 | 5.8 |
| 19 | 86 | 21.5 | 21.5 | 27.3 |
| 20 | 55 | 13.8 | 13.8 | 41.0 |
| 21 | 72 | 18.0 | 18.0 | 59.0 |
| 22 | 50 | 12.5 | 12.5 | 71.5 |
| 23 | 72 | 18.0 | 18.0 | 89.5 |
| 24 | 32 | 8.0 | 8.0 | 97.5 |
| 25 | 10 | 2.5 | 2.5 | 100.0 |
| Total | 400 | 100.0 | 100.0 |  |

Sumber : hasil olah kuesioner peneliti, 2023

Berdasarkan table 4.1 diketahui bahwa dari 400 responden yang telah mengisi kuesioner terdapat pada usia 19 tahun sebanyak 86 orang atau dalam presentasenya 21,5% dibandingkan usia yang dari 17 hingga 25 tahun. Selain itu, pada usia 21 dan 23 tahun juga sebanyak 72 orang atau dalam presentasenya 18%. Dengan begitu artinya sebagian besar responden yang mengisi kuesioner penelitian ini berumur 19, 21 dan 23 tahun sedangkan usia 17 tahun hingga 25 terkecuali berumur 19,21 dan 23 tahun menempati posisi paling terendah/sedikit.

#### Analisis Data Penelitian

Pada penelitian ini menganalisis mengenai Pengaruh Terpaan (Variabel X1) dan Kualitas Informasi (Variabel X2) Pada Akun Instagram @roseallday.co Terhadap Perilaku Konsumtif (Variabel Y).

#### Analisis Deskriptif Variabel X1 (Terpaan Media)

Pada penelitian ini, peneliti membahas mengenai Pengaruh Terpaan Akun Instagram @roseallday.co Terhadap Perilaku Konsumtif Followers. Untuk Variabel X ini memiliki 3 indikator yaitu Frekuensi, Durasi, Atensi. Dari 3 indikator ini dibuat 11 pernyataan dengan hasil bagi berikut.

#### Tabel 4. 2 Hasil Analisis Variabel X1 (Terpaan) Dimensi Frekuensi

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** |  | Penilaian | Responden |  |
|  | **Frekuensi** | STS | TS | S | SS |
| 1 | Saya melihat unggahan | 14 | 58 | 211 | 117 |
|  | produk roseallday di akun | (3,5%) | (14,5%) | (52,8%) | (29,3%) |
|  | Instagram @roseallday.co |  |  |  |  |
|  | minimal 2 kali dalam sehari. |  |  |  |  |
| 2 | Saya tidak pernah melewatkan | 6 | 82 | 194 | 118 |
|  | unggahan foto maupun video | (1,5%) | (20,5%) | (48,5%) | (29,5%) |
|  | produk roseallday di akun |  |  |  |  |
|  | Instagram @roseallday.co |  |  |  |  |
| 3 | Saya selalu mengecek | 7\ | 77 | 198 | 118 |
|  | unggahan terbaru akun | (1,8%) | (19,3%) | (49,5%) | (29,5%) |
|  | Instagram @roseallday.co |  |  |  |  |
|  | lebih dari 5 kali seminggu |  |  |  |  |
| 4 | Saya menonton fitur reels | 5 | 91 | 199 | 105 |
|  | akun Instagram | (1,3%) | (22,8%) | (49,8%) | (26,3%) |
|  | @roseallday.co lebih dari 3 |  |  |  |  |
|  | kali seminggu |  |  |  |  |

Sumber: Pengolahan Data Responden Dengan SPSS25 (2023)

Berdasarkan Tabel 4.2, hasil jawaban responden terhadap variabel terpaan dimensi frekuensi adalah penilaian tertinggi terdapat pada pernyataan nomor 1 yang mana sebanyak 52,8% responden setuju bahwa mereka melihat unggahan produk roseallday di akun Instagram @roseallday.co minimal 2 kali dalam sehari. Sedangkan penelitian terendah atau paling sedikit adalah pada pertanyaan nomor 4 yaitu 1,3% atau sedikit sekali responden yang menjawab sangat tidak setuju memnonton fitur reels akun Instagram @roseallday.co lebih dari 3 kali seminggu.

#### Tabel 4. 3 Hasil Analisis Variabel X1 (Terpaan) Dimensi Dimensi

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** |  | Penilaian | Responden |  |
|  | **Dimensi** | STS | TS | S | SS |
| 1 | Saya membutuhkan 1 menit | 3 | 75 | 227 | 95 |
|  | untuk melihat unggahan video | (0,8%) | (18,8%) | (56,8%) | (23,8%) |
|  | produk roseallday di akun |  |  |  |  |
|  | Instagram @roseallday.co |  |  |  |  |
| 2 | Saya menghabiskan lebih dari | 8 | 79 | 203 | 110 |
|  | 1 menit membaca komentar | (2,0%) | (19,8%) | (50,7%) | (27,5%) |
|  | unggahan produk roseallday |  |  |  |  |
|  | di akun Instagram |  |  |  |  |
|  | @roseallday.co |  |  |  |  |
| 3 | Saya mengabiskan lebih dari 1 | 16 | 66 | 199 | 119 |
|  | menit untuk melihat unggahan | (4,0%) | (16,5%) | (49,8%) | (29,8%) |
|  | foto produk roseallday di akun |  |  |  |  |
|  | Instagram @roseallday.co |  |  |  |  |

Sumber: Pengolahan Data Responden Dengan SPSS25 (2023)

Berdasarkan tabel 4.3 hasil jawaban responden terhadap variabel terpaan dimensi durasi adalah penliaian tertinggi terdapat pada pernyataan nomor 1 yang mana sebanyak 56,8% responden setuju membutuhkan 1 menit untuk melihat unggahan video produk roseallday di akun Instagram @roseallday.co. Sedangkan penelitian terendah atau paling sedikit adalah pada pernyataan nomor 1 yaitu

responden yang menjawab sangat tidak setuju yaitu membutuhkan 1 mneit unruk melihat unggahan video produk roseallday di akum Instagram @roseallday.co

#### Tabel 4. 4 Hasil Analisis Variabel X1 (Terpaan) Dimensi Atensi

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** |  | Penilaian | Responden |  |
|  | **Atensi** | STS | TS | S | SS |
| 1 | Unggahan foto produk | 3 | 85 | 231 | 81 |
|  | roseallday di akun Instagram | (0,8%) | (21,3%) | (57,8%) | (20,3%) |
|  | @roseallday.co menarik |  |  |  |  |
|  | perhatian. |  |  |  |  |
| 2 | Saya selalu menyukai | 4 | 70 | 197 | 129 |
|  | mengenai unggahan produk | (1%) | (17,5%) | (48,5%) | (32,3%) |
|  | roseallday di akun Instagram |  |  |  |  |
|  | @roseallday.co |  |  |  |  |
| 3 | Saya pernah berkomentar | 20 | 76 | 174 | 130 |
|  | mengenai unggahan produk | (5%) | (19%) | (43,5%) | (32,5%) |
|  | roseallday di akun Instagram |  |  |  |  |
|  | @roseallday.co |  |  |  |  |
| 4 | Saya sering mengujungi akun | 5 | 69 | 210 | 116 |
|  | Instagram @roseallday.co | (1,3%) | (17,3%) | (52,5%) | (29%) |
|  | untuk mencari tahu unggahan |  |  |  |  |
|  | terbaru mengenai produk |  |  |  |  |
|  | roseallday |  |  |  |  |

Sumber: Pengolahan Data Responden Dengan SPSS25 (2023)

Berdasarkan tabel 4.4 hasil jawaban responden terhadap variabel terpaan dimensi atensi adalah tertinggi terdapat pada pernyataan nomor 1 yang mana sebanyak 57% responden setuju unggahan foto produk roseallday di akun Instagram @roseallday.co menarik perhatian. Sedangkan penelitan terendah atau paling sedikit adalah pada pertanyaan nomor 1 yaitu 0,8% responden yang menjawab

sangat tidak setuju yaitu unggahan foto produk roseallday di akun Instagram @roseallday.co menarik perhatian.

#### Hasil Analisis Pernyataan Variabel X2 (Kualitas Informasi)

Hasil Analisis Pernyataan Variabel X2 (Kualitas Informasi) akan dijabarkan dalam empat dimensi yaitu Akurat, Relevan, Tepat Waktu, Lengkap.

#### Tabel 4. 5 Hasil Analisis Variabel X2 (Kualitas Informasi) Dimensi Akurat

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** |  | Penilaian | Responden |  |
|  | **Akurat** | STS | TS | S | SS |
| 1 | Informasi yang saya dapatkan | 3 | 68 | 226 | 103 |
|  | mengenai salah satu manfaat | (0,8%) | (17%) | (56,5%) | (25,8%) |
|  | produk roseallday dari akun |  |  |  |  |
|  | Instagram @roseallday.co |  |  |  |  |
|  | sangat sesuai. |  |  |  |  |
| 2 | Saya yakin akun Instagram | 2 | 54 | 194 | 150 |
|  | @roseallday.co | (0,5%) | (13,5%) | (48,5%) | (37,5%) |
|  | menyampaikan informasi |  |  |  |  |
|  | yang jelas kebenarannya. |  |  |  |  |
| 3 | Instagram @roseallday.co | 7 | 38 | 234 | 121 |
|  | selalu menyampaikan | (1,8%) | (9,5%) | (58,5%) | (30,3%) |
|  | informasi dengan konsistern. |  |  |  |  |

Sumber: Pengolahan Data Responden Dengan SPSS25 (2023)

Berdasarkan Tabel 4.5 hasil jawaban responden terhadap variabel kualitas informasi dimensi akurat adalah penilaian tertinggi terdapat pada pernyataan nomor 3 yang mana sebanyak 58,5% responden setuju bahwa Instagram @roseallday.co selalu menyampaikan informasi dengan konsisten. Sedangkan penilaian terendah atau paling sedikit adalah pada pernyataan nomor 2 yang mana sebanyak 0,5% responden yang menjawab sangat tidak setuju bahwa yakin akun Instagram @roseallday.co menyampaikan informasi yang jelas kebenarannya.

#### Tabel 4. 6 Hasil Analisis Variabel X2 (Kualitas Informasi) Dimensi Relevan

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** |  | Penilaian | Responden |  |
|  | **Relevan** | STS | TS | S | SS |
| 1 | Informasi yang disampaikan | 7 | 38 | 234 | 121 |
|  | mengenai produk roseallday | (3,8%) | (9,5%) | (58,5%) | (30,3%) |
|  | dari akun Instagram |  |  |  |  |
|  | @roseallday.co sesuai dengan |  |  |  |  |
|  | kebutuhan saya |  |  |  |  |
| 2 | Instagram @roseallday.co | 3 | 42 | 200 | 155 |
|  | selalu menyampaikan | (0,8%) | (10,5%) | (50%) | (25,8%) |
|  | infromasi yang berkaitan |  |  |  |  |
|  | dengan produk – produk |  |  |  |  |
|  | roseallday |  |  |  |  |

Sumber: Pengolahan Data Responden Dengan SPSS25 (2023)

Berdasarkan tabel 4.6 hasil jawaban responden terhadap variabel kualitas informasi dimensi relevan adalah penelitian tertinggi terdapat pada pernyataan nomor 1 yang mana sebanyak 58,5% responden setuju bahwa informasi yang disampaikan mengenai produk roseallday dari akun Instagram @roseallday.co sesuai dengan kebutuhan mereka. Sedangkan penilaian terendah atau paling sedikit adalah pada pernyataan nomor 2 yaitu 0,5% responden yang menjawab sangat tidak setuju Instagram @roseallday.co selalu menyampaikan infromasi yang berkaitan dengan produk – produk roseallday.

#### Tabel 4. 7 Hasil Analisis Variabel X2 (Kualitas Informasi) Dimensi Tepat Waktu

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** | |  | Penilaian | Responden |  |
|  | Tepat Waktu | | STS | TS | S | SS |
| 1 | Akun | Instagram | 2 | 45 | 201 | 152 |
|  | @roseallday.co |  | (0,5%) | (11,3%) | (50,2%) | (38%) |
|  | menyampaikan | informasi |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | mengenai produk roseallday  secara tepat waktu |  |  |  |  |
| 2 | Saya puas dengan informasi | 3 | 37 | 209 | 151 |
|  | yang disampaikan mengenai | (0,8%) | (9,3%) | (52,3%) | (37,8%) |
|  | produk – produk roseallday |  |  |  |  |
|  | dari akun Instagram |  |  |  |  |
|  | @roseallday.co karena selalu |  |  |  |  |
|  | diperbaharui |  |  |  |  |

Sumber: Pengolahan Data Responden Dengan SPSS25 (2023)

Berdasarkan tabel 4.7 hasil jawaban responden terhadap variabel kualitas informasi dimensi tepat waktu adalah penilaian tertinggi terdapat pada pernyataan nomor 2 yang mana sebanyak 52,3% responden setuju bahwa puas dengan informasi yang disampaikan mengenai produk – produk roseallday dari akun Instagram @roseallday.co karena selalu diperbaharui. Sedangkan penilaian terendah atau paling sedikit adalah pada pernyataan nomor 1 yaitu 0,5% responden yang menjawab sangat tidak setuju bahwa Akun Instagram @roseallday.co menyampaikan informasi mengenai produk roseallday secara tepat waktu.

#### Tabel 4. 8 Hasil Analisis Variabel X2 (Kualitas Informasi) Dimensi Lengkap

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** |  | Penilaian | Responden |  |
|  | Lengkap | STS | TS | S | SS |
| 1 | Semua informasi yang | 1 | 37 | 211 | 151 |
|  | disampaikan mengenai | (0,3) | (9,3%) | (52,8%) | (37,8%) |
|  | produk – produk roseallday |  |  |  |  |
|  | dari akun Instagram |  |  |  |  |
|  | @roseallday.co disajikan |  |  |  |  |
|  | secara lengkap. |  |  |  |  |
| 2 | Saya merasa informasi yang | 0 | 43 | 209 | 148 |
|  | disampaikan mengenai semua | (0%) | (10,8%) | (52,3%) | (37%) |
|  | produk – produk roseallday |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | dari akun Instagram  @roseallday.co tidak membingungkan |  |  |  |  |

Sumber: Pengolahan Data Responden Dengan SPSS25 (2023)

Berdasarkan tabel 4.8 hasil jawaban responden terhadap variabel kualitas informasi dimensi lengkap adalah penilaian tertinggi terdapat pada pernyataan nomor 1 yang mana sebanyak 52,8% responden setuju bahwa Semua informasi yang disampaikan mengenai produk – produk roseallday dari akun Instagram @roseallday.co disajikan secara lengkap. Sedangkan penilaian terendah atau paling sedikit adalah pada pernyataan nomor 2 yaitu 0% tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju bahwa merasa informasi yang disampaikan mengenai semua produk – produk roseallday dari akun Instagram @roseallday.co tidak membingungkan.

#### Hasil Analisis Pernyataan Variabel Y (Perilaku Konsumtif)

Hasil Analisis Pernyataan Variabel Y (Perilku Konsumtif) akan dijabarkan dalam tujuh dimensi membeli produk sebab iming – iming, membeli produk karena kemasan, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk tanpa mempertimbangkan harga, membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, membeli produk karena model iklan, membeli produk untuk meningkatkan percaya diri, membeli produk karena coba-coba.

#### Tabel 4. 9 Hasil Analisis Variabel Y (Perilaku Konsumtif) Dimensi Membeli Produk Sebab Iming – Iming

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** |  | Penilaian | Responden |  |
|  | Membeli Produk Sebab Iming  – Iming | STS | TS | S | SS |
| 1 | Saya membeli produk roseallday karena ada penawaran hadiah yang menarik di akun instgaram  @roseallday.co | 8  (2%) | 46  (11,5%) | 188  (47%) | 158  (39,5%) |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2 | Tujuan saya membeli produk roseallday untuk mendapatkan hadiah yang terdapat pada  kemasan. | 11  (2,8%) | 78  (19,5%) | 214  (53,5%) | 97  (24,3%) |
| 3 | Saya akan membeli produk  roseallday apabila terdapat potongan diskon. | 3  (0,8%) | 41  (10,3%) | 215  (53,8%) | 141  (35,3%) |

Sumber: Pengolahan Data Responden Dengan SPSS25 (2023)

Berdasarkan tabel 4.9 hasil jawaban responden terhadap perilaku konsumtif dimensi Membeli Produk Sebab Iming – Iming adalah penilaian tertinggi terdapat pada pernyataan nomor 2 yang mana sebanyak 53,5% responden setuju bahwa Tujuan membeli produk roseallday untuk mendapatkan hadiah yang terdapat pada kemasan. Sedangkan penilaian terendah atau paling sedikit adalah pada pernyataan nomor 3 yaitu 0,8% responden yang menjawab sangat tidak setuju akan membeli produk roseallday apabila terdapat potongan diskon.

#### Tabel 4. 10 Hasil Analisis Variabel Y (Perilaku Konsumtif) Dimensi Membeli Produk Karena Kemasan

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** |  | Penilaian | Responden |  |
|  | Membeli Produk Karena  Kemasan | STS | TS | S | SS |
| 1 | Saya membeli produk roseallday karena bentuk  produknya lucu dan unik. | 1  (0,3%) | 38  (9,5%) | 225  (56.3%) | 136  (34%) |
| 2 | Saya lebih tertarik untuk membeli produk roseallday karena memiliki design yang  menarik | 1  (0,3%) | 49  (12,3%) | 202  (50,5%) | 148  (37%) |

Sumber: Pengolahan Data Responden Dengan SPSS25 (2023)

Berdasarkan tabel 4.10 hasil jawaban responden terhadap perilaku konsumtif dimensi membeli produk karena kemasan adalah penilaian tertinggi

terdapat pada pernyataan nomor 2 yang mana sebanyak 56,5% responden setuju bahwa membeli produk roseallday karena bentuk produknya lucu dan unik. Sedangkan penilaian terendah atau paling sedikit adalah pada pernyataan nomor 1 dan 2 yaitu 0,3% responden yang menjawab sangat tidak setuju membeli produk roseallday karena bentuk produknya lucu dan unik. Kemudian dangat tidak setuju lebih tertarik untuk membeli produk roseallday karena memiliki design yang menarik.

#### Tabel 4. 11 Hasil Analisis Variabel Y (Perilaku Konsumtif) Dimensi Membeli Produk Demi Menjaga Penampilan Diri Dan Gengsi

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** |  | Penilaian | Responden |  |
|  | **Membeli Produk Demi**  **Menjaga Penampilan Diri Dan Gengsi** | STS | TS | S | SS |
| 1 | Menggunakan Produk roseallday dapat menjaga penampilan saya di depan  umum. | 6  (1,5%) | 34  (8,5%) | 206  (51.5%) | 154  (38,5%) |
| 2 | Setiap ada produk roseallday yang sedang viral saya  berusaha untuk membelinya | 6  (1,5%) | 53  (13,3%) | 197  (49,3%) | 144  (36%) |
| 3 | Membeli produk roseallday yang mendukung penampilan  adalah prioritas saya. | 7  (1,8%) | 47  (11,8%) | 206  (51,5%) | 140  (35%) |

Sumber: Pengolahan Data Responden Dengan SPSS25 (2023)

Berdasarkan tabel 4.11 hasil jawaban responden terhadap perilaku konsumtif dimensi membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi adalah penilaian tertinggi terdapat pada pernyataan nomor 1 dan 3 yang mana sebanyak 51,5% responden setuju bahwa menggunakan produk roseallday dapat menjaga penampilan mereka di depan umum dan membeli produk roseallday yang mendukung penampilan adalah prioritas mereka. Sedangkan penilaian terendah atau paling sedikit adalah pada pernyataan nomor 1 dan 2 yaitu 1,5% responden

yang menjawab sangat tidak setuju menggunakan produk roseallday dapat menjaga penampilan mereka di depan umum dan setiap ada produk roseallday yang sedang viral mereka berusaha untuk membelinya.

#### Tabel 4. 12 Hasil Analisis Variabel Y (Perilaku Konsumtif) Dimensi Membeli Produk Tanpa Mempertimbangkan Harga

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** |  | Penilaian | Responden |  |
|  | Membeli Produk Tanpa  Mempertimbangkan Harga | STS | TS | S | SS |
| 1 | Saya membeli produk roseallday lebih memperhatikan gaya dan  status sosial | 14  (3,5%) | 54  (13,5%) | 187  (46,8%) | 145  (36,3%) |
| 2 | Saya lebih memperhatikan produk roseallday tanpa  memperharikan harga. | 10  (2,5%) | 66  (16,5%) | 193  (48,3%) | 131  (32,8%) |
| 3 | Dalam pembelian produk roseallday harga bukan menjadi pertimbanan yang utama, saya lebih fokus pada  kualitas yang saya beli. | 7  (1,8%) | 66  (16,5%) | 184  (46%) | 143  (35,8%) |

Sumber: Pengolahan Data Responden Dengan SPSS25 (2023)

Berdasarkan tabel 4.12 hasil jawaban responden terhadap perilaku konsumtif dimensi membeli produk tanpa mempertimbangkan harga adalah penilaian tertinggi terdapat pada pernyataan nomor 2 yang mana sebanyak 48,3% responden setuju bahwa lebih memperhatikan produk roseallday tanpa memperharikan harga. Sedangkan penilaian terendah atau paling sedikit adalah pada pernyataan nomor 3 yaitu 1,8% responden yang menjawab sangat tidak setuju bahwa dalam pembelian produk roseallday harga bukan menjadi pertimbanan yang utama, mereka lebih fokus pada kualitas yang mereka beli.

#### Tabel 4. 13 Hasil Analisis Variabel Y (Perilaku Konsumtif) Dimensi Membeli Produk Hanya Sekedar Menjaga Simbol Status

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** |  | Penilaian | Responden |  |
|  | Membeli Produk Hanya Sekedar Menjaga Simbol  Status | STS | TS | S | SS |
| 1 | Saya membeli produk roseallday yang mempunyai merek terkenal dikalangan brand lokal kosmetik  Indonesia. | 4  (1%) | 44  (11%) | 196  (49%) | 156  (39%) |
| 2 | Brand roseallday merupakan  acuan saya dalam membeli produk lokal kosmetik. | 5  (1,3%) | 54  (13,5%) | 188  (47%) | 153  (38,3%) |

Sumber: Pengolahan Data Responden Dengan SPSS25 (2023)

Berdasarkan tabel 4.13 hasil jawaban responden terhadap perilaku konsumtif dimensi membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status adalah penilaian tertinggi terdapat pada pernyataan nomor 1 yang mana sebanyak 49% responden setuju bahwa membeli produk roseallday yang mempunyai merek terkenal dikalangan brand lokal kosmetik Indonesia. Sedangkan penilaian terendah atau paling sedikit adalah pada pernyataan nomor 1 yaitu 1% responden yang menjawab sangat tidak setuju bahwa membeli produk roseallday yang mempunyai merek terkenal dikalangan brand lokal kosmetik Indonesia.

#### Tabel 4. 14 Hasil Analisis Variabel Y (Perilaku Konsumtif) Dimensi Membeli Produk Karena Model Iklan

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** |  | Penilaian | Responden |  |
|  | Membeli Produk Karena  Model Iklan | STS | TS | S | SS |
| 1 | Saya membeli produk  roseallday yang digunakan | 9  (2,3%) | 52  (13%) | 190  (47,5%) | 149  (37,3%) |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | oleh beautyvlogger favorit  saya. |  |  |  |  |
| 2 | Saya membeli produk yang  dipromosikan oleh influencer favorit saya. | 7  (1,8%) | 59  (14,8%) | 188  (47%) | 146  (36,5%) |
| 3 | Saya membeli produk roseallday karena direkomendasikan oleh  beautyvlogger terkenal. | 15  (3,8%) | 56  (14%) | 190  (47,5%) | 139  (34,8%) |

Sumber: Pengolahan Data Responden Dengan SPSS25 (2023)

Berdasarkan tabel 4.14 hasil jawaban responden terhadap perilaku konsumtif dimensi membeli produk karena model iklan adalah penilaian tertinggi terdapat pada pernyataan nomor 1 dan 3 yang mana sebanyak 47,5% responden setuju membeli produk roseallday yang digunakan oleh beautyvlogger favorit mereka dan membeli produk roseallday karena direkomendasikan oleh beautyvlogger terkenal. Sedangkan penilaian terendah atau paling sedikit adalah pada pernyataan nomor 2 yaitu 1,8% responden yang menjawab sangat tidak setuju bahwa mereka membeli produk roseallday karena direkomendasikan oleh beautyvlogger terkenal.

#### Tabel 4. 15 Hasil Analisis Variabel Y (Perilaku Konsumtif) Dimensi Membeli Produk Untuk Meningkatkan Percaya Diri

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** |  | Penilaian | Responden |  |
|  | Membeli produk untuk  meningkatkan percaya diri | STS | TS | S | SS |
| 1 | Saya selalu membeli produk roseallday untuk meningkatkan kepercayaan  diri saya di depan umum. | 8  (2%) | 37  (9,3%) | 203  (50,7%) | 152  (38%) |
| 2 | Kepercayaan diri saya  meningkatkan saat | 4  (1%) | 41  (10,3%) | 199  (49,8%) | 156  (39%) |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | menggunakan produk  roseallday. |  |  |  |  |
| 3 | Saya merasa lebih percaya diri  saat menggunakan produk roseallday | 3  (0,8%) | 39  (9,8%) | 203  (50,7%) | 155  (38,8%) |

Sumber: Pengolahan Data Responden Dengan SPSS25 (2023)

Berdasarkan tabel 4.15 hasil jawaban responden terhadap perilaku konsumtif dimensi Membeli produk untuk meningkatkan percaya diri adalah penilaian tertinggi terdapat pada pernyataan nomor 1 dan 3 yang mana sebanyak 50,7% responden setuju selalu membeli produk roseallday untuk meningkatkan kepercayaan diri mereka di depan umum dan merasa lebih percaya diri saat menggunakan produk roseallday. Sedangkan penilaian terendah atau paling sedikit adalah pada pernyataan nomor 3 yaitu 0,8% responden yang menjawab sangat tidak setuju bahwa mereka membeli produk roseallday karena direkomendasikan oleh beautyvlogger terkenal merasa lebih percaya diri saat menggunakan produk roseallday.

#### Tabel 4. 16 Hasil Analisis Variabel Y (Perilaku Konsumtif) Dimensi Membeli Produk Karena Coba-Coba

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** |  | Penilaian | Responden |  |
|  | Membeli Produk karena coba-  coba | STS | TS | S | SS |
| 1 | Saya suka mencoba banyak  produk – produk roseallday terbaru | 4  (1%) | 36  (9%) | 204  (51%) | 156  (39%) |
| 2 | Saya membeli produk roseallday yang sama dengan  berbagai brand lokal | 2  (0,5%) | 49  (12,3%) | 190  (47,5%) | 159  (39,8%) |
| 3 | Saya langsung membeli produk roseallday yang baru  walaupun kegunaannya sama | 11  (2,8%) | 45  (11,3%) | 203  (50,7%) | 141  (35,3%) |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | dengan dengan produk brand  lain yang telah saya miliki. |  |  |  |  |

Sumber: Pengolahan Data Responden Dengan SPSS25 (2023)

Berdasarkan tabel 4.16 hasil jawaban responden terhadap perilaku konsumtif dimensi membeli produk karena coba-coba adalah penilaian tertinggi terdapat pada pernyataan nomor 1 yang mana sebanyak 51% responden setuju bahwa mereka suka mencoba banyak produk – produk roseallday terbaru. Sedangkan penilaian terendah atau paling sedikit adalah pada pernyataan nomor 2 yaitu 0,5% responden yang menjawab sangat tidak setuju bahwa membeli produk roseallday yang sama dengan berbagai brand lokal.

#### Hasil Uji Validitas

Uji Validitas digunakan sebagai alat ukur suatu instrument dalam pengukuran data yang telah di isi oleh responden melalui kuesioner lalu di hitung dengan uji validitas yang dilakukan pada proses pengolahan data di SPSS 25, proses pengolahan ini membutuhkan hasil yang valid dengan ketepatan angka yang lebih besar dari angka nilai. teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik korelasi, yaitu dengan membandingkan Koefisien Korelasi dengan R Tabel. Penulis mengambil 30 responden dari 400 responden, untuk menguji sebuah validitas setiap butir pernyataan,

#### Tabel 4. 17 Hasil Uji Validitas Terpaan Media (Variabel X1)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Variabel | No | R Hitung | R Tabel | Validitas |
| Terpaan Media (X1) | 1. | 0,739 | 0,361 | Valid |
| 2. | 0,723 | 0,361 | Valid |
| 3. | 0,734 | 0,361 | Valid |
| 4. | 0,774 | 0,361 | Valid |
| 5. | 0,577 | 0,361 | Valid |
| 6. | 0,765 | 0,361 | Valid |
| 7. | 0,835 | 0,361 | Valid |
| 8. | 0,542 | 0,361 | Valid |
| 9. | 0,676 | 0,361 | Valid |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 10 | 0,810 | 0,361 | Valid |
| 11. | 0,412 | 0,361 | Valid |

Sumber dari kuesioner yang diolah peneliti di SPSS 25 2023

#### Tabel 4. 18 Hasil Uji Validitas Kualitas Informasi (Variabel X2)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Variabel | No | R Hitung | R Tabel | Validitas |
| Kualitas Informasi (X2) | 1. | 0,719 | 0,361 | Valid |
| 2. | 0,727 | 0,361 | Valid |
| 3. | 0,632 | 0,361 | Valid |
| 4. | 0,784 | 0,361 | Valid |
| 5. | 0,742 | 0,361 | Valid |
| 6. | 0,775 | 0,361 | Valid |
| 7. | 0,775 | 0,361 | Valid |
| 8. | 0,811 | 0,361 | Valid |
| 9. | 0,579 | 0,361 | Valid |

Sumber dari kuesioner yang diolah peneliti di SPSS 25 2023

#### Tabel 4. 19 Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif (Variabel Y)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Variabel | No | R Hitung | R Tabel | Validitas |
| Perilaku Konsumtif (Y) | 1. | 0,724 | 0,361 | Valid |
| 2. | 0,737 | 0,361 | Valid |
| 3. | 0,528 | 0,361 | Valid |
| 4. | 0,680 | 0,361 | Valid |
| 5. | 0,570 | 0,361 | Valid |
| 6. | 0,674 | 0,361 | Valid |
| 7. | 0,625 | 0,361 | Valid |
| 8. | 0,766 | 0,361 | Valid |
| 9. | 0,867 | 0,361 | Valid |
| 10. | 0,550 | 0,361 | Valid |
| 11. | 0,661 | 0,361 | Valid |
| 12. | 0,730 | 0,361 | Valid |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 13. | 0,565 | 0,361 | Valid |
| 14. | 0,391 | 0,361 | Valid |
| 15. | 0,492 | 0,361 | Valid |
| 16. | 0,561 | 0,361 | Valid |
| 17. | 0,788 | 0,361 | Valid |
| 18. | 0,827 | 0,361 | Valid |
| 19. | 0,709 | 0,361 | Valid |
| 20. | 0,698 | 0,361 | Valid |
| 21. | 0,671 | 0,361 | Valid |
| 22. | 0,599 | 0,361 | Valid |

Sumber dari kuesioner yang diolah peneliti di SPSS 25 2023

Berdasarkan dari tabel 4.17 4.18 dan 4.19 yaitu hasil Uji Validitas dari pernyataan ketiga variabel ini menunjukan bahwa Perilaku Konsumtif, Terpaan dan Kualitas Informasi pada Akun Instagram @roseallday.co yang sedang di alami oleh followers ini lebih besar dari angka nilai (R Tabel) product moment pada taraf signif 0,05. Dengan ini hasil dari ketiga instrument dinyatakan valid dan dapat dipergunakan sebagai alat pengumpulan data.

#### Hasil Uji Realibilitas

* + - 1. **Hasil Uji Realibilitas Variabel X1 (Terpaan Media)**

#### Tabel 4. 20 Hasil Realibilitas Variabel X1

**Reliability Statistics**

|  |  |
| --- | --- |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .892 | 11 |

Sumber dari kuesioner yang diolah peneliti di SPSS 25 2023 Berdasarkan tabel 4.20 di atas, dapat diketahui Uji Reliabilitas yang

dilakukan penulis dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25, pada masing - masing pernyataan diperoleh nilai koefisien Reabilitas berdasarkan nilai cronbach’s alpha, bahwa 0,80-1,00 dinyatakan tinggi. Variabel X1 memiliki nilai koefisien

reliabilitas yaitu 0,892 menunjukan bahwa kuesioner yang disebar memiliki tingkat Reliabilitas tinggi.

#### Hasil Uji Realibilitas Variabel X2 (Kualitas Informasi)

**Tabel 4. 21 Hasil Realibilitas Variabel X2 (Kualitas Informasi)**

**Reliability Statistics**

|  |  |
| --- | --- |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .888 | 9 |

Sumber dari kuesioner yang diolah peneliti di SPSS 25 2023 Berdasarkan tabel 4.21 di atas, dapat diketahui Uji Reliabilitas yang

dilakukan penulis dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25, pada masing - masing pernyataan diperoleh nilai koefisien Reabilitas berdasarkan nilai cronbach’s alpha, bahwa 0,80-1,00 dinyatakan tinggi. Variabel X2 memiliki nilai koefisien reliabilitas yaitu 0,888 menunjukan bahwa kuesioner yang disebar memiliki tingkat Reliabilitas tinggi.

#### Hasil Uji Realibilitas Variabel Y (Perilaku Konsumtif) Tabel 4. 22 Hasil Realibilitas Variabel Y

|  |  |
| --- | --- |
| **Reliability Statistics** | |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .761 | 23 |

Sumber dari kuesioner yang diolah peneliti di SPSS 25 2023 Berdasarkan tabel 4.22 di atas, dapat diketahui Uji Reliabilitas yang

dilakukan penulis dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25, pada masing - masing pernyataan diperoleh nilai koefisien Reabilitas berdasarkan nilai cronbach’s alpha, bahwa 0,60-0,80 dinyatakan Reliabel. Variabel Y memiliki nilai koefisien reliabilitas yaitu 0,761 menunjukan bahwa kuesioner yang disebar memiliki tingkat Reliabilitas reliabel.

#### Hasil Uji Asumsi Klasik

* + - 1. **Hasil Uji Normalitas**

Pengujian Normalitas dalam penelitian ini menggunakan One Sample Kolmogorov-Smirnov, tujuan pengujian ini dilakukan untuk membandingkan Normalitas distribusi dari dua variabel, yakni Variabel X1, Variabel X2 dan Variabel Y. Pengujian dilakukan dengan bantuan SPSS versi 25, dengan dasar pengambilan keputusan yakni:

* + - * 1. Jika nilai *sig* > 0,05 maka nilai residual berdistribusi normal
        2. Jika nilai *sig* < 0,05 maka nilai residual tidak berdistribusi normal Dari hasil data distribusi normal pada variabel X1 (Terpaan Media), variabel

X2 (Kualitas Informasi) dengan Variabel Y (Perilaku Konsumtif), dapat dilihat dari tabel *Kolmogorov-Smirmov* di bawah ini:

#### Tabel 4. 23 Hasil Uji Normalitas Data Kolmogorov Smirnov

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

Unstandardized Residual

N

Normal Parametersa,b Mean

Std. Deviation Most Extreme Differences Absolute

Positive Negative

Test Statistic

Asymp. Sig. (2-tailed)

Monte Carlo Sig. (2-tailed) Sig.

99% Confidence Interval Lower Bound

Upper Bound

400

.0000000

5.86044250

.070

.042

-.070

.070

.000c

.036d

.031

.041

1. Test distribution is Normal.
2. Calculated from data.
3. Lilliefors Significance Correction.
4. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber dari kuesioner yang diolah peneliti di SPSS 25 2023

Berdasarkan hasil Uji Normalitas Data Kolmogorov-Sminov pada tabel

4.22 di atas dikolom Asymp sig. (2-tailed) sebesar 0,41, maka melebihi angka 0,05. Dapat disimpulkan bahwa data sampel pada Variabel X1, Variabel X2 dan Variabel Y berdistribusi normal.

#### Hasil Uji Heterokedastitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan kepengamatan yang lain. Jika terdapat kesamaan, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastitas.

Heteroskedastisitas ditandai ketika hubungan antara prediksi dan residu membentuk sebuah pola. Di sisi lain homoskedastisitas adalah kondisi ketika nilai residu pada tiap nilai prediksi bervariasi dan variasinya cenderung konstan. Dalam uji heterokedastisitas, peneliti menggunakan uji Spearman Rho dimana terdapat asumsi dalam pengambilan keputusan uji heterokedastisitas, yaitu:

#### Tabel 4. 24 Hasil Uji Heterokedasitas

**Correlations**

Spearman's Terpaan\_Media rho

Kualitas\_Informasi

Unstandardized Residual

Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N

Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N

Correlation Coefficient Sig. (2-tailed)

N

Unstandar Terpaan\_ Kualitas\_In dized

Media formasi Residual

1.000 .570\*\* -.023

. 400

.570\*\*

.000

400

1.000

.651

400

.027

.000

400

-.023

. 400

.027

.594

400

1.000

.651

400

.594

400

.

400

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

Sumber dari kuesioner yang diolah peneliti di SPSS 25 2023

Berdasarkan hasil uji Spearman Rho di atas, diketahui nilai signifikansi variabel X1 sebesar 0.651 > 0.05 dan nilai signifikansi variabel X2 sebesar 0.594 >

0.05. berdasarkan asumsi di atas, maka diketahui tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

#### Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu, untuk uji ini juga unutk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai Tolerance lebih besar dari > 0,10 dan jika nilai VIF yang dihasilkan lebih kecil dari < 10,00 maka tidak terjadi multikolinieritas. Outputnya tampak pada layar sebagai berikut:

#### Tabel 4. 25 Hasil Uji Multikolinieritas

**Coefficientsa**

Collinearity Statistics

Model

Tolerance

VIF

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | terpaan media |  | .658 | 1.521 |
|  | |
| kualitas informasi |  | .658 | 1.521 |
|  | |

a. Dependent Variable: perilaku konsumtif

Sumber dari kuesioner yang diolah peneliti di SPSS 25 2023

Dari data tabel 4.25, maka nilai Tolarance X1 dan X2 yaitu 0,658 > 0,10 dan nilai VIF dari hasil uji multikolinieritas terpaan dan kualitas informasi, yaitu = 1,521 < 10,00 maka tidak terjadi multikolineritas.

#### Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 4. 26 Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel X1 : Terpaan Media**

**Model Summary**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R  Square | Std. Error of the  Estimate |
| 1 | .608a | .370 | .368 | 6.508 |

a. Predictors: (Constant), terpaan media

Sumber dari kuesioner yang diolah peneliti di SPSS 25 2023 Berdasarkan pada tabel 4.26 di atas, untuk melihat seberapa besar pengaruh

antara terpaan akun Instagram @roseallday.co terhadap perilaku konsumtif yaitu terdapat pada nilai R, maka dapat dijelaskan bahwa :

1. Nilai R = 0,608. Artinya, hubungan terpaan media terhadap perilaku konsumtif followers dalam akun intagram @roseallday.co sebesar 0,608 (60,8%). Artinya hubungan korelasinya kuat.
2. Nilai R Square pada tabel 4.26 adalah sebesar 0,370 atau 37%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa terpaan media terhadap perilaku konsumtif followers pada akun intagram @roseallday.co sebesar 37%, sedangkan sisanya sebesar 63% (100%-37%) dijelaskan atau dipengaruhi oleh faktor lain di luar pada penelitian ini.
3. *Adjusted R Square* sebesar 0,370 berarti 37% faktor perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh terpaan media. Sedangkan sisanya dapat dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

#### Tabel 4. 27 Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel X2 : Kualitas Informasi

**Model Summary**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .634a | .402 | .401 | 6.338 |

a. Predictors: (Constant), kualitas informasi

Sumber dari kuesioner yang diolah peneliti di SPSS 25 2023

1. Nilai R = 0,634. Artinya, hubungan kualitas informasi terhadap perilaku konsumtif followers dalam akun intagram @roseallday.co sebesar 0,634 (63,4%). Artinya hubungan korelasinya kuat.
2. Nilai R Square pada tabel 4.27 adalah sebesar 0,402 atau 40,2%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kualitas informasi terhadap perilaku konsumtif followers pada akun intagram @roseallday.co sebesar 40,2%, sedangkan sisanya sebesar 59,8% (100%-40,2%) dijelaskan atau dipengaruhi oleh faktor lain di luar pada penelitian ini.
3. *Adjusted R Square* sebesar 0,402 berarti 40,2% faktor perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh kualitas informasi. Sedangkan sisanya dapat dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

#### Tabel 4. 28 Hasil Uji Koefisien Determinasi

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .698a |  | .487 | .485 | 5.875 |

a. Predictors: (Constant), kualitas informasi, terpaan media

Sumber dari kuesioner yang diolah peneliti di SPSS 25 2023 Berdasarkan pada tabel 4.28 di atas, untuk melihat seberapa besar pengaruh

antara terpaan akun Instagram @roseallday.co terhadap perilaku konsumtif yaitu terdapat pada nilai R, maka dapat dijelaskan bahwa :

1. Nilai R pada tabel 4.28 adalah sebesar 0,698 atau 69,8%. Hal ini menunjukan bahwa hubungan antara Variabel Terpaan (X1), Variabel Kualitas Informasi pada Akun Instagram @roseallday.co (X2) terhadap Variabel Perilaku Konsumtif (Y) adalah kuat.
2. Nilai R Square pada tabel 4.28 adalah sebesar 0,487 atau 48,7%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa terpaan dan kualitas informasi pada akun Instagram @roseallday.co terhadap Perilaku konsumtif memberikan dampak sebesar 48,7% dalam Perilaku Konsumtif followers, sedangkan selebihnya sebesar

51,3% (100%-48,7%) dijelaskan atau dipengaruhi oleh faktor lain di luar pada penelitian ini.

1. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,487 atau berarti 48,7% faktor Perilaku Konsumtif followers dapat dipengaruhi oleh terpaan dan kualitas informasi pada akun Instagram @roseallday.co. Sedangkan sisanya dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

#### Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian Regresi Linier pada penelitian ini bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh antara Variabel Indenpenden (X1) dan (X2) dengan Variabel Dependen (Y). Maka diperlukan adanya analisis regresi linier berganda. Data tersebut diolah menggunakan program SPSS versi 25. Maka hasilnya dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Y = a+b1X1 + b2X2

Keterangan:

Y = Nilai yang diprediksikan a= harga Y bila X=0

b= Koefisien Regresi

X= Nilai variabel independen

#### Tabel 4. 29 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

**Coefficientsa**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Unstandardized Coefficients | | | | | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| Model |  | B | |  | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) |  | 20.399 | | 2.613 |  | 7.805 | .000 |
| terpaan media |  | | .630 | .077 | .360 | 8.131 | .000 |
| kualitas informasi |  | | .999 | .105 | .423 | 9.554 | .000 |

a. Dependent Variable: perilaku konsumtif

Sumber dari kuesioner yang diolah peneliti di SPSS 25 2023

Dari data pada table 4.27, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

#### Y = 20.399 + 0,630X1 + 0,999 X2

Berdasarkan table 4.26 juga dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) sebesar 20,399 : artinya jika variable X sama dengan nol, maka Perilaku Konsumtif nilainya adalah 20,399, selain itu nilai konstanta tersebut juga menyatakan bahwa perilaku konsumtif bersifat positif.
2. Koefisien regresi Terpaan (X1) sebesar 0,630 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada variable ini akan meningkatkan pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif sebesar 0,630, dimana variabel X2 bernilai 0 (nol).
3. Koefisien regresi Kualitas Informasi (X2) sebesar 0,999 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada variabel ini akan meningkatkan pengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,999 dimana vaiabel X1 bernilai 0 (nol).

#### Hasil Uji Hipotesis

* + - 1. **Hasil Uji T**

Uji T dilakukan unntuk menguji signifikansi hubungan variabel independen dan variabel dependen yaitu apakah masing-masing dari variabel Terpaan (X1) dan Kualitas Informasi (X2) berpengaruh terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y). Apabila t hitung > t tabel dan tingkat signifikansi < α (0,05), maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

#### Tabel 4. 30 Hasil Uji T

**Coefficientsa**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Unstandardized Coefficients | | | | Standardized Coefficients | t | | Sig. |
| Model |  | B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 20.399 | 2.613 |  | 7.805 | | .000 |
| terpaan media | .630 | .077 | .360 |  | 8.131 | .000 |
|  | |
| kualitas informasi | .999 | .105 | .423 |  | 9.554 | .000 |
|  | |

a. Dependent Variable: perilaku konsumtif

Sumber dari kuesioner yang diolah peneliti di SPSS 25 2023

Berdasarkan hasil tabel 4.28 diatas, ketahui tabel sebesar 1,965 karena tingkat kepercayaan (α) dibagi 2 dan responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 400 orang (n) yang kemudian dikurang jumlah keseluruhan variabel X (k) dan dikurang lagi 1. Maka T tabel = t (0,025 ;397) = **1.965.**

Dapat disimpulkan dari hasil uji t, maka akan mendapatkan hasil hipotesis sebagai berikut:

1. Terpaan (X1) tergadap Perilaku Konsumtif (Y) berdasarkan pada tabel 4.27 diketahui bahwa nilai t hitung untuk pengaruh terpaan (X1) adalah 8.131 > 1965 dan nilai Sig. 0.000 < 0,05. Maka Ho3 ditolak dan Ha2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Terpaan (X1) berpengaruh positif dan siginikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y)
2. Kualitas informasi (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y) berdasarkan pada tabel 4.27 diketahui bahwa nilai t hitung untuk kualitas informasi (X2) adalah 9.554 > 1,965 dan nilai Sig. 0.000 < 0.05. maka Ho3 ditolak dan Ha2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y).

Karena tujuan utama dari Uji T adalah untuk mengetahui signifikansi hubungan antar variabel secara pasrisal (masing -masing) maka diketahui bahwa X2 (Kualitas Informasi pada Akun Instagram @roseallday.co) lebih berpengaruh terhadap Y (Perilaku Konsumtif) hal ini terbukti dengan hasil T hitung sebesar

9.554 > 8.131 yang mana adalah hasil T hitung X1 (Terpaan).

#### Hasil Uji F

Uji F dalam penelitian ini menggunkana uji **ANOVA**. Uji ini dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama – sama (simultan) variabel bebas (terpaan dan kaulitas informasi) terhadap variabel terikat (perilaku konsumtif followers). Diketahui F tabel sebesar 2.627 karena jumlah keseluruhan variabel X

(k) dan jumlah responden (n) kemudian dikurang jumlah variabel X (k). Maka F tabel = F (3;398) = 2.627.

#### Tabel 4. 31 Hasil Uji F

**ANOVAa**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model |  | Sum of Squares | df | Mean Square | F | | Sig. |
| 1 | Regression | 13033.108 | 2 | 6516.554 |  | **188.788** | .000b |
| Residual | 13703.570 | 397 | 34.518 |  | |  |
| Total | 26736.677 | 399 |  |  | |  |

1. Dependent Variable: perilaku konsumtif
2. Predictors: (Constant), kualitas informasi, terpaan media

Sumber dari kuesioner yang diolah peneliti di SPSS 25 2023

Berdasarkan tabel 4.28 dapat disimpulkan dari hasil uji F, maka akan mendapatkan hasil hipotesis bahwa nilai F hitung untuk Terpaan (X1) dan kualitas informasi (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) adalah **188.788 > 2.627 dan nilai Sig. 0.000 < 0.05.** Maka Ha3 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Terpaan (X1) dan Kredibilitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Adapun Hipotesis pada penelitian ini:

* 1. Ho3 : Tidak Terdapat Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi pada Akun Instagram @roseallday.co Terhadap Perilaku Konsumtif Followers.
  2. Ha3 : Terdapat Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi pada Akun Instagram @roseallday.co Terhadap Perilaku Konsumtif Followers.

#### Rangkuman Uji Penelitian

**Tabel 4. 32 Rangkuman Uji Penelitian**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Alat Analisis** | **Hasil** | **Pembahasan** |
| Uji Validitas | Semua Pernyataan memiliki nilai signifikansi lebih besar dari nilai r tabel product  moment (0,361). | Data yang didapatkan melalui hasi kuesioner ditanyatakan valid. |
| Uji Realibilitas | Cronnbanch’s Alpha X1 0,892, Cronnbanch’s Alpha X2 0,888 dan Cronbranch’s Alpha Y  0,761 | Data yang didapatkan melalui hasil kuesioner dinyatakan reliabel. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Uji Normalitas | Hasil Uji Normalitas Data *Kolmogorov- Sminov* dikolom *Asymp sig.* (2-*tailed*) sebesar 0,41, maka melebihi  angka 0,05. | Data yang didapatkan melalui hasil kuesioner dinyatakan berdistribusi normal. |
| Uji Heterokedastitas | Nilai signifikansi variabel X1 sebesar 0.651 > 0.05 dan nilai signifikansi variabel X2  sebesar 0.594 > 0.05. | Data yang didapatkan melalui hasil kuesioner dinyatakan tidak terdapat gejala  heteroskedastisitas |
| Uji multikolineritas | Nilai Tolarance X1 dan X2 yaitu 0,658 > 0,10  dan nilai VIF dari hasil uji multikolinieritas terpaan dan kualitas informasi, yaitu = 1,521  < 10,00 | Data yang didapatkan melalui hasil kuesioner dinyatakan tidak terjadi multikolineritas. |
| Uji Koefisien Determinasi Variabel X1 (Terpaan Media) terhadap Variabel Y (Perilaku Konsumtif) | Nilai Korelasi (R) sebesar 0,608 atau 60,8%. Nilai R Square diperoleh 0,370 atau  37% | Hubungan antara Variabel Kualitas Informasi pada Akun Instagram @roseallday.co (X1) terhadap Perilaku Konsumtif adalah kuat.  Nilai tersebut menunjukkan bahwa  kualitas informasi pada |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | akun Instagram @roseallday.co terhadap perilaku konsumtif memberikan dampak sebesar 37% sedangkan  selebihnya sebesar 63% dari faktor luar dari  penelitian ini. |
| Uji Koefisien | Nilai Korelasi (R) | Hubungan antara |
| Determinasi Variabel X2 | sebesar 0,634 atau | Variabel Terpaan |
| (Kualitas Informasi) | 63,4%. Nilai R Square | Media pada Akun |
| terhadap Variabel Y | diperoleh sebesar 0,402 | Instagram |
| (Perilaku Konsumtif) | atau 40,2%. | @roseallday.co (X1) |
|  |  | terhadap Perilaku |
|  |  | Konsumtif adalah |
|  |  | kuat. |
|  |  | Nilai tersebut |
|  |  | menunjukkan bahwa |
|  |  | terpaan meida pada akun |
|  |  | Instagram |
|  |  | @roseallday.co terhadap |
|  |  | perilaku konsumtif |
|  |  | memberikan dampak |
|  |  | sebesar 40,2% |
|  |  | sedangkan selebihnya |
|  |  | sebesar 59,8% dari |
|  |  | faktor luar dari |
|  |  | penelitian ini. Maka |
|  |  | dapat disimpulkan |
|  |  | bahwa Variabel X2 |
|  |  | (kualitas informasi lebih |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | berpengaruh terhadap  Variabel Y (perilaku konsumtif). |
| Uji Koefisien | Nilai Korelasi (R) | Hubungan antara |
| Determinasi | sebesar 0,698 atau | Variabel Terpaan (X1), |
|  | 69,8% Nilai R Square | Variabel Kualitas |
|  | diperoleh 0,487 atau | Informasi pada Akun |
|  | 48,7%. | Instagram |
|  |  | @roseallday.co (X2) |
|  |  | terhadap Variabel |
|  |  | Perilaku Konsumtif (Y) |
|  |  | adalah kuat. |
|  |  | Nilai tersebut |
|  |  | menunjukkan bahwa |
|  |  | terpaan dan kualitas |
|  |  | informasi pada akun |
|  |  | Instagram |
|  |  | @roseallday.co terhadap |
|  |  | Perilaku konsumtif |
|  |  | memberikan dampak |
|  |  | sebesar 48,7% dalam |
|  |  | Perilaku Konsumtif |
|  |  | followers, sedangkan |
|  |  | selebihnya sebesar |
|  |  | 51,3% diluar dari |
|  |  | penelitian ini. 51,3% |
|  |  | (100%-48,7%) |
|  |  | dijelaskan atau |
|  |  | dipengaruhi oleh faktor |
|  |  | lain di luar pada |
|  |  | penelitian ini. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Uji Analisis Linier Berganda | Y = 20.399 + 0,630X1 + 0,999 X2 | Konstanta (a) sebesar 20,399 koefisien pengaruh terpaan dan kualitas informasi pada akun Instagram @roseallday.co (X1)  0,630 dan (X2) 0,999 |
| Uji T | Diketahui t hitung sebesar (X1) 8,131 dan (X2) 9,554 | Nilai t-hitung lebih besar dari t tabel 1.965, selain itu nilai sig-nya sebesar 0,000 dan lebih kecil  dari sig 0,1 |
| Uji F | Diketahui F hitung Sebesar 188.788 | Nilai F hitung lebih besar dari F tabel 2,627, selain itu nilai sig- nya sebesar 0,000 dan lebih  kecil dari sig 0,05 |

#### Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini merupakan hasil dari menyebarkan kuesioner melalui google formulir yang dibagikan kepada 400 responden, yang memiliki kriteria yaitu pengguna aktif Instagram, berusia 17 hingga 25 tahun dan Mengetahui atau Mengikuti akun Instagram @roseallday.co. pernyataan kuesioner berjumlah 42 pernyataan, dimana terdapat 11 pernyataan untuk variabel X1 (Terpaan Media), 9 pernyataan untuk variabel X2 dan 22 pernyataan untuk variabel variabel Y (Perilaku Konsumtif). Peneliti menggunakan skala likert dengan nilai 1-4. Peneliti menggunakan jenis pernyataan favorable, yang bearti nilai 1 sangat tidak setuju (STS), nilai 2 artinya tidak setuju (TS), nilai 3 artinya setuju (S), dan nilai 4 artinya sangat setuju (SS). Selanjutnya peneliti akan mengolah data yang telah terkumpul dengan menggunakan SPSS 25.

Hasil uji validitas pernyataan variabel X1 (terpaan) variabel X2 (kualitas informasi pada akun Instagram @roseallday.co) dan variabel Y (perilaku konsumtif) dinyatakan valid dengan r hitung > r tabel product moment (0,361).

Hasil uji realibilitas variabel X1 (terpaan) dengan nilai 0,892, variabel X2 (kualitas informasi pada akun instagram @roseallday.co) dengan nilai 0,888 dan hasl reliabilitas variabel Y (perilaku berbusana) dengan nilai sebesar 0,761 dinyatakan reliabel.

Hasil uji normalitas, didapatkan data hasil Data Kolmogorov-Sminov sebesar 0,41, maka melebihi angka 0,05. Dapat disimpulkan bahwa data sampel pada Variabel X1 (terpaan), Variabel X2 (kualitas infromasi pada akun insatagram @roseallday.co) dan Variabel Y (perilaku) berdistribusi normal.

Hasil uji Heterokedastitas, didapatkan data hasil menggunakan uji Spearman Rho dengan nilai signifikansi variabel X1 sebesar 0.651 > 0.05 dan nilai signifikansi variabel X2 sebesar 0.594 > 0.05. berdasarkan asusi di atas, maka diketahui tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Hasil Uji multikolineritas, didapatkan data hasil nilai Tolarance X1 dan X2 yaitu 0,658 > 0,10 dan nilai VIF dari hasil uji multikolinieritas terpaan dan kualitas informasi, yaitu = 1,521 < 10,00 maka tidak terjadi multikolineritas.

Hasil Uji koefisien determinasi Variabel X1 (Terpaan Media) terhadap Variabel Y (Perilaku Konsumtif), diperoleh nilai sebesar Hubungan antara Variabel Kualitas Informasi pada Akun Instagram @roseallday.co (X1) terhadap Perilaku Konsumtif adalah kuat. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kualitas informasi pada akun Instagram @roseallday.co terhadap perilaku konsumtif memberikan dampak sebesar 37% sedangkan selebihnya sebesar 63% (100% - 37%) dari faktor luar dari penelitian ini.

Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel X2 (Kualitas Informasi) terhadap Variabel Y (Perilaku Konsumtif), diperoleh nilai sebesar 0, 634. Hubungan antara Variabel Terpaan Media pada Akun Instagram @roseallday.co (X1) terhadap Perilaku Konsumtif adalah kuat. Nilai tersebut menunjukkan bahwa terpaan meida pada akun Instagram @roseallday.co terhadap perilaku konsumtif memberikan dampak sebesar 40,2% sedangkan selebihnya sebesar 59,8% (100% - 40,2%) dari

faktor luar dari penelitian ini. Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel X2 (kualitas informasi lebih berpengaruh terhadap Variabel Y (perilaku konsumtif).

Hasil Uji koefisien determinasi, diperoleh nilai sebesar 0,698. Artinya, hubungan antara Variabel Terpaan (X1), Variabel Kualitas Informasi pada Akun Instagram @roseallday.co (X2) terhadap Variabel Perilaku Konsumtif (Y) adalah kuat. Nilai tersebut menunjukkan bahwa terpaan dan kualitas informasi pada akun Instagram @roseallday.co terhadap Perilaku konsumtif memberikan dampak sebesar 48,7% dalam Perilaku Konsumtif followers, sedangkan selebihnya sebesar 51,3% (100%-48,7%) dijelaskan atau dipengaruhi oleh faktor lain di luar pada penelitian ini. Faktor yang memengaruhi diluar dari penelitian ini adalah faktor keluarga, kelas sosial, kebudayaan dan kebudayaan khusus, motivasi harga diri dan lain – lain.

Hasil uji regresi linier berganda, didapatkan nilai Y = 20.399 + 0,630X1 + 0,999 X2. Dari hasil tersebut, dapat dikatakan apabila nilai X1 dan X2 adalah 0 (tidak ada), maka konstanta Y sama dengan 20.399. Berarti, variabel Y atau perilaku konsumtif pada followers sudah memiliki nilai positif.

Uji hipotesis T dapat diketahui nilai sig atau angka Signifikasi penelitian adalah 0.000, sedangkan taraf signifikasi yang digunakan adalah 0.055 atau 5%. Sehingga dapat disimpulkan angka sig penelitian < taraf sig, yakni 0.000 < 0,05, maka diketahui bahwa X2 (Kualitas Informasi pada Akun Instagram @roseallday.co) lebih berpengaruh terhadap Y (Perilaku Konsumtif) hal ini terbukti dengan hasil T hitung sebesar 9.554 > 8.131 yang mana adalah hasil T hitung X1 (Terpaan).

Berdasarkan hasil uji hipotesis F dapat diketahui hasil hipotesis bahwa nilai F hitung untuk Terpaan (X1) dan kualitas informasi (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) adalah **188.788 > 2.627 dan nilai Sig. 0.000 < 0.05.** Maka Ha3 diterima. Ini menunjukan bahwa Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi pada Akun Instagram @roseallday.co memengaruhi secara signifikansi Perilaku Konsumtif Followers.

Hal ini menyatakan bahwa media sosial memilih kekuatan untuk memengaruhi keputusan perngguna aktif yang melihat unggahan di Instagram dan

menjadi pengikut atau followers akun Instagram @roseallday.co. Media sosial Instagram memiliki kekuatan dalam gambar, audio, visual, banyaknya informasi, informasi yang dibutuhkan serta kecepatan akses yang didukung oleh internet.

Hal ini sesuai dengan teori dengan teori uses and gratification yang mengatakan bahwa yang menjelaskan Penggunaan media didorong oleh adanya kebutuhan serta tujuan yang dipengaruhi oleh audiens sendiri, (Littlejohn 2005) Inti asal teori uses and gratification merupakan pengguna media merupakan pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Menurut hasil penelitian, para followers menunjukan ketertarikan pada akun Instagram @roseallday.co, hingga kualitas informasi yang diberikan oleh akun Instagram @roseallday.co, serta followers bertanggung jawab atas terhadap pilihan media yang bisa memenuhi kebutuhan tersebut, dan menimbulkan keinginan untuk membeli produk-produk rose all day.

Inti *Uses and Gratification Theory* adalah khalayak intinya memakai media massa berdasarkan motif-motif eksklusif, (Kriyantono, 2006). Media disebut berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Audiens dievaluasi mengetahui kebutuhan mereka serta mengetahui dan bertanggungjawab terhadap pilihan media yang bisa memenuhi kebutuhan mereka tersebut.

Dengan demikian (Nurrudin,2008) pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang saling baik pada perjuangan memenuhi kebutuhannya, artinya teori *uses and gratification* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan cara lain buat memuaskan kebutuhannya. Maka dari hasil penelitian, pengguna media telah berhasil mencari sumber media melalui media sosial Instagram dari akun Instagram official @roseallday.co serta menjadi followers pada perjuangan mencari memenuhi kebutuhan dari kualitas informasi yang diberikan, informasi yang lengkap, postingan foto dan video serta menimbulkan perilaku konsumtif kepada para followers untuk memuaskan kebutuhannya.

### BAB V PENUTUP

#### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, mengenai Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi Pada Akun Instagram @roseallday.co Terhadap Perilaku Konsumtif Followers. Maka pada bab ini peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

Dari hasil hasil uji hipotesis F dapat diketahui hasil hipotesis bahwa nilai F hitung untuk Terpaan (X1) dan kualitas informasi (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) adalah 188.788 > 2.627 dan nilai Sig. 0.000 < 0.05. Maka Ha3 diterima dan Ho3 ditolak. Ini menunjukan bahwa Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi pada Akun Instagram @roseallday.co memengaruhi secara signifikansi Perilaku Konsumtif Followers. Berdasarkan nilai koefisien determinasi nilai sebesar 0,698. Artinya, hubungan antara Variabel Terpaan (X1), Variabel Kualitas Informasi pada Akun Instagram @roseallday.co (X2) terhadap Variabel Perilaku Konsumtif (Y) adalah kuat. Nilai tersebut menunjukkan bahwa terpaan dan kualitas informasi pada akun Instagram @roseallday.co terhadap Perilaku konsumtif memberikan dampak sebesar 48,7% dalam Perilaku Konsumtif followers, sedangkan selebihnya sebesar 51,3% (100%-48,7%) dijelaskan atau dipengaruhi oleh faktor lain di luar pada penelitian ini..

#### Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan kesimpulan penelitian yang telah diambil terkait penelitian “Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi pada Akun Instagram @roseallday.co Terhadap Perilaku Konsumtif Followers” maka penulis mengajukan saran sebagai berikut:

* + 1. Bahwa penelitian ini bisa mengelompokan sesuai generasi dari Z selanjutnya dan menelitiberdasarkan kelompok generasi dan budaya yang memengaruhinya sementara generasi.

96

* + 1. Semoga batasan masalah perilaku konsumtif, terpaan, kualitas informasi dna generasi dapat menambah pengetahuan baru pada peneliti selanjutnya yang ingin juga meneliti mengenai pembahasan ini.
    2. Kekuarangan dari penelitian ini adlaah jumlah responden yang sedikit dan nilai R square yang kecil, maka dari itu untuk penelitian selanjutnya penulis berhadap untuk memperbanyak jumlah responden sehingga akan mampu mencapai gambaran hasil yang lebih mendekati kondisi sebenarnya.
    3. Untuk akun Instagram @roseallday.co diharapkan dapat terus mempertahankan informasi yang berkualitas, lengap serta mudah dimengerti dalam postingan foto dan video karena hal tersebut memiliki dampak yang baik bagi dikalangan followers dan khalayak yang tertarik dengan produk *makeup* atau kosmetik.

### DAFTAR PUSTAKA

#### Buku :

A.F. Lamintang, Theo Lamintang. (2013). *Pembahasan KUHAP Menurut Ilmu Pengetahuan Hukum Pidana dan Yurisprudensi*, Sinar Grafika, Jakarta.

Abdul Aziz Dahlan. (2003). *Ensiklopedia Hukum Islam*, Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve

Andreas, Kaplan M., Haenlein Michael. (2010). "*Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media"*. Business Horizons 53. (1). p. 61.

Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala Erdinaya. (2005). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Ardianto, Elvinaro. (2014). *Metodelogi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif.* Bandung : Simbiosa Rekatama Media.

Atmoko Dwi, Bambang. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*.

Jakarta: Media Kita

Budi Sutedjo. (2006). *Perencanaan dan Pembangunan Sistem Informasi*, Andi Yogyakarta.

Dewdney Andrew dan Ride Peter. (2006). *The New Media Handbook*. New York: Routledge

Effendy, Uchjana Onong. (2005). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Fisher, B. Aurbey. (1990). *Teori-teori Komunikasi.* Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Flew, Terry. 2005. *New Media: An Introduction*. New York : Oxford University Press

Haag dan Keen. (1996). *Information Technology: Tomorrow’s Advantage Today.*Hammond: Mcgraw-Hill College.

Jalaludin Rahmat. (2005). *Psikologi Komunikasi*, Bandung; PT Remaja Rosdakarya Keith R. Stamm & John E. Bowes. (1990). *The Mass Communication Process: A*

*Behavioral And Social Perspective*

Klaten. Dalam Yuzi Akbari Vindita Riyanti (2016). Skripsi. Yogyakarta: Pendidikan Teknik Boga FT Universitas Negeri Yogyakarta.

Kusmayadi, E., & Hum, M. (2015). *Dasar-dasar Teknologi Informasi dan Komunikasi.* Univ. Terbuka, 278-300.

Laudon, Kenneth C., & Jane, P. Laudon. (2010). *Manajemen Information System*

*:Managing the Digital Firm*. New Jersey: Prentice-Hall

Lina & Rosyid, H.F.(1997).*Perilaku Konsumtif berdasar Locus Of Control pada Remaja Putra*.Jurnal Psikologika,4, 5-13.

Lister, Martin. (2009). New Media: A Critical Introduction. London & New York: Routledge

M. Nisrina. (2015), *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*, Yogyakarta : Kobis.

McLeod, R. dan Schell, G.P. (2007). *Management Information System (edisi ke10)*, Pearson Prentice Hall, New Jersey

McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Netherlands: SAGE Publications, Ltd.

McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika. Mulyana Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja

Rosdakarya

Nasrullah, Rulli. (2015). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosa Rekatama Media

Natalia Br Sitepu, D. (2015*). Pembangunan Aplikasi Budaya Karo Dan Sistem Pakar Ertutur Berbasis Web* (Doctoral dissertation, UAJY).

Notoatmodjo, S. (2010)*. Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta Rineka Cipta Notoatmodjo, Soekidjo. (2003). *Pengembangan Sumber Daya Manusia,* Jakarta:

PT. Rineka Cipta

Rogers, Everett M. (1986). *Communication Technology: The New Media in Society.*

London : The Free Press.

Sari, Endang S. 1993. *Audience Research : Pengantar Studi Penelitian Terhadap Pembaca, Pendengar dan Pemirsa*. Yogyakarta : Andi Offset

Stair, M. Ralph, George W. Reynolds. (2010). *Principles of Information Systems: A Managerial Approach. (9th edition).* Australia : Thomson Course Technology..

Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods).* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

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

Tambunan. (2001). *Perekonomian Indonesia Teori dan Temuan Empiris*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Wardani. (2009). *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Williams dan Sawyer. (2003).*Using Information Technology: A Practical Introduction to Computers and Communications.*London: CareerEducation

Winarni. 2003. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang

#### Jurnal / Skripsi:

Afriani, R. I., & Kartika, R. (2021). *Pengaruh Financial Knowledge Dan Locus Control Terhadap Financial Management Behavior Mahasiswa Tingkat Akhir Jurusan Akuntansi Universitas Bina Bangsa.* XIII(April), 163–179.

Astuti, D.E.(2013).*Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda*.ejournal psikologi,1(2),148-156.

Aulia, A., & Rusdi, F. (2022). *Pengaruh Terpaan Konten Fesyen Tiktok Di Akun @nazwaadinda\_02 Terhadap Perilaku Konsumtif Pengikutnya.* Prologia, 6(2), 304-311.

Hidayatun, U. (2015). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Dan Dukungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2014/2015*. Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling.

Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. CERMIN: Jurnal Penelitian, 4(1), 133-147.

Oktaviana, L. (2015). *Hubungan Antara Konformitas Dengan Kecenderungan Perilaku Bulliying Skripsi (tidak diterbitkan).* Surakarta: Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Putri, E. (2013). *Aplikasi Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop*. Skripsi.

Putri, K. Y. S. (2022). *Pengaruh Terpaan Iklan E-commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta.* Inter Komunika: Jurnal Komunikasi, 6(2), 24-34.

Rizki Apriliana Dwi, A. (2018). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Instagram Jurusan Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir IAIN Ponorogo Tahun 2018* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).

Shirky. 2008. *Hubungan Intensitas Mengakses Sosial Media terhadap Perilaku Belajar Mata Pelajaran Produktif pada Siswa Kelas XI Jasa Boga di SMK N 3*

Susi, N. (2016). *Pengaruh Motivasi Dan Kompetensi Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Sistem Keuangan Berbasis Teknologi Informasi* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

#### Web :

Henderi, Muhammad Yusup, Yuliana Isma Graha. 2007. *Pengertian Media Sosial, (Online),*([http://wlipurn.blogspot.co.id/2017/04/wlipurn.html,](http://wlipurn.blogspot.co.id/2017/04/wlipurn.html) diakses pada 19 Februari 2017)

[https://indiekraf.com/rose-all-day-cosmetics-brand-lokal-yang-sukses-di-dunia-](https://indiekraf.com/rose-all-day-cosmetics-brand-lokal-yang-sukses-di-dunia-kosmetik/amp/) [kosmetik/amp/](https://indiekraf.com/rose-all-day-cosmetics-brand-lokal-yang-sukses-di-dunia-kosmetik/amp/)

**LAMPIRAN**

101

#### KUESIONER PENELITIAN ILMIAH



Nama : Fadila Salwa Assyiffa

Judul Skripsi: Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi Pada Akun Instagram @roseallday.id Terhadap Perilaku Konsumtif Followers.

#### PEMBUKAAN KUESIONER

Assalamualaikum Wr.Wb.

Perkenalkan saya mahasiswi Universitas Gunadarma Fadila Salwa Assyiffa Program Studi Ilmu Komunikasi yang sedang melakukan Skripsi **“Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi Pada Akun Instagram @roseallday.id Terhadap Perilaku Konsumtif Followers”.**

Adapun kriteria untuk penelitian ini adalah:

1. Mengetahui atau Mengikuti akun Instagram @roseallday.id.
2. Pengguna aktif Instagram.
3. Usia 17 sampai 25 tahun.

Oleh karena itu, saya memohon kesediaan teman-teman yang memiliki kriteria tersebut untuk mengisi kuisioner ini sesuai dengan tanggapan kalian. Pernyataan dibuat untuk melengkapi data pada penelitian yang saat ini saya lakukan. Hasil jawaban dari kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian dan jawaban yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya. Atas kerjasamanya dalam mengisi kuisioner dengan baik. Saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Fadila Salwa Assyiffa 12819129

#### PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

* 1. Bacalah dengan baik setiap pernyataan dengan seksama, lalu pilihlah jawaban yang sesuai.
  2. Responden dapat memberikan jawaban dengan memberikan tanda ceklis (√) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan:

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

#### DATA RESPONDEN

Sebelum menjawab pernyataan dalam kuisioner ini, mohon saudari mengisi data berikut terlebih dahulu.

* 1. Nama lengkap: …
  2. Saya Mengikuti dan Mengetahui @roseallday.co: Ya/Tidak
  3. Saya Pengguna Aktif Instagram: Ya/Tidak
  4. umur 17 – 25 tahun: 18 (contoh)

Terpaan Media (Variabel X1)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | Indikator | STS | TS | S | SS |
|  | **Frekuensi** |  |  |  |  |
| 1. | Saya melihat unggahan produk roseallday di  akun Instagram @roseallday.co minimal 2 kali dalam sehari. |  |  |  |  |
| 2. | Saya tidak pernah melewatkan unggahan foto maupun video produk roseallday di akun  Instagram @roseallday.co |  |  |  |  |
| 3. | Saya selalu mengecek unggahan terbaru akun  Instagram @roseallday.co lebih dari 5 kali seminggu |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 4. | Saya menonton fitur reels akun Instagram  @roseallday.co lebih dari 3 kali seminggu |  |  |  |  |
|  | **Durasi** |  |  |  |  |
| 1. | Saya membutuhkan 1 menit untuk melihat  unggahan video produk roseallday di akun Instagram @roseallday.co |  |  |  |  |
| 2. | Saya menghabiskan lebih dari 1 menit membaca komentar unggahan produk  roseallday di akun Instagram @roseallday.co |  |  |  |  |
| 3. | Saya mengabiskan lebih dari 1 menit untuk  melihat unggahan foto produk roseallday di akun Instagram @roseallday.co |  |  |  |  |
|  | **Atensi** |  |  |  |  |
| 1. | Unggahan foto produk roseallday di akun  Instagram @roseallday.co menarik perhatian. |  |  |  |  |
| 2. | Saya selalu menyukai mengenai unggahan produk roseallday di akun Instagram  @roseallday.co |  |  |  |  |
| 3. | Saya pernah berkomentar mengenai  unggahan produk roseallday di akun Instagram @roseallday.co |  |  |  |  |
| 4. | Saya sering mengujungi akun Instagram @roseallday.co untuk mencari tahu unggahan terbaru mengenai produk  roseallday |  |  |  |  |

#### Kualitas Informasi (X2)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | Pernyataan | STS | TS | S | SS |
|  | Akurat |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. | Informasi yang saya dapatkan mengenai salah satu manfaat produk roseallday dari akun Instagram @roseallday.co sangat  sesuai. |  |  |  |  |
| 2. | Saya yakin akun Instagram @roseallday.co  menyampaikan informasi yang jelas kebenarannya. |  |  |  |  |
| 3. | Instagram @roseallday.co selalu  menyampaikan informasi dengan konsistern. |  |  |  |  |
|  | Relevan |  |  |  |  |
| 1. | Informasi yang disampaikan mengenai produk roseallday dari akun Instagram @roseallday.co sesuai dengan kebutuhan  saya |  |  |  |  |
| 2. | Instagram @roseallday.co selalu menyampaikan infromasi yang berkaitan  dengan produk – produk roseallday |  |  |  |  |
|  | Tepat Waktu |  |  |  |  |
| 1. | Akun Instagram @roseallday menyampaikan  informasi mengenai produk roseallday secara tepat waktu |  |  |  |  |
| 2. | Saya puas dengan informasi yang disampaikan mengenai produk – produk roseallday dari akun Instagram @roseallday  karena selalu diperbaharui |  |  |  |  |
|  | Lengkap |  |  |  |  |
| 1. | Semua informasi yang disampaikan mengenai produk – produk roseallday dari akun Instagram @roseallday.co disajikan  secara lengkap. |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2. | Saya merasa informasi yang disampaikan mengenai semua produk – produk roseallday dari akun Instagram @roseallday.co tidak  membingungkan |  |  |  |  |

Perilaku Konsumtif (Y)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | Pernyataan | STS | ST | S | SS |
|  | **Membeli produk sebab iming – iming** |  |  |  |  |
| 1. | Saya membeli produk roseallday karena ada penawaran hadiah yang menarik di akun  instgaram @roseallday.co |  |  |  |  |
| 2. | Tujuan saya membeli produk roseallday  untuk mendapatkan hadiah yang terdapat pada kemasan. |  |  |  |  |
| 3. | Saya akan membeli produk roseallday  apabila terdapat potongan diskon. |  |  |  |  |
|  | **Membeli Produk Karena Kemasan** |  |  |  |  |
| 1. | Saya membeli produk roseallday karena  bentuk produknya lucu dan unik. |  |  |  |  |
| 2. | Saya lebih tertarik untuk membeli produk roseallday karena memiliki design yang  menarik |  |  |  |  |
|  | **Membeli Produk Demi Menjaga**  **Penampilan Diri Dan Gengsi** |  |  |  |  |
| 1. | Menggunakan Produk roseallday dapat  menjaga penampilan saya di depan umum. |  |  |  |  |
| 2. | Setiap ada produk roseallday yang sedang  viral saya berusaha untuk membelinya |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3. | Membeli produk roseallday yang  mendukung penampilan adalah prioritas saya. |  |  |  |  |
|  | **Membeli Produk Tanpa**  **Mempertimbangkan Harga** |  |  |  |  |
| 1. | Saya membeli produk roseallday lebih  memperhatikan gaya dan status sosial |  |  |  |  |
| 2. | Saya lebih memperhatikan produk  roseallday tanpa memperharikan harga. |  |  |  |  |
| 3. | Dalam pembelian produk roseallday harga  bukan menjadi pertimbanan yang utama, saya lebih fokus pada kualitas yang saya beli. |  |  |  |  |
|  | **Membeli Produk Hanya Sekedar**  **Menjaga Simbol Status** |  |  |  |  |
| 1. | Saya membeli produk roseallday yang  mempunyai merek terkenal dikalangan brand lokal kosmetik Indonesia. |  |  |  |  |
| 2. | Brand roseallday merupakan acuan saya  dalam membeli produk lokal kosmetik. |  |  |  |  |
|  | **Membeli Produk Karena Model Iklan** |  |  |  |  |
| 1. | Saya membeli produk roseallday yang  digunakan oleh beautyvlogger favorit saya. |  |  |  |  |
| 2. | Saya membeli produk yang dipromosikan  oleh influencer favorit saya. |  |  |  |  |
| 3. | Saya membeli produk roseallday karena direkomendasikan oleh beautyvlogger  terkenal. |  |  |  |  |
|  | **Membeli produk untuk meningkatkan**  **percaya diri** |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. | Saya selalu membeli produk roseallday  untuk meningkatkan kepercayaan diri saya di depan umum. |  |  |  |  |
| 2. | Kepercayaan diri saya meningkatkan saat  menggunakan produk roseallday. |  |  |  |  |
| 3. | Saya merasa lebih percaya diri saat  menggunakan produk roseallday |  |  |  |  |
|  | **Membeli Produk karena coba-coba** |  |  |  |  |
| 1. | Saya suka mencoba banyak produk – produk  roseallday terbaru |  |  |  |  |
| 2. | Saya membeli produk roseallday yang sama  dengan berbagai brand lokal |  |  |  |  |
| 3. | Saya langsung membeli produk roseallday yang baru walaupun kegunaannya sama dengan dengan produk brand lain yang telah  saya miliki. |  |  |  |  |

#### LAMPIRAN 2

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **X1** | **X2** | **X3** | **X4** | **X5** | **X6** | **X7** | **X8** | **X8** | **X10** | **X11** | **X**  **total** |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 37 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 4 | 27 |
| 1 | 3 | 1 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 3 | 26 |
| 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 31 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 37 |
| 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 1 | 3 | 33 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 16 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 33 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 31 |
| 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 4 | 23 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 35 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 |
| 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 25 |
| 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 1 | 4 | 3 | 1 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 37 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 37 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 29 |
| 4 | 1 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 33 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 28 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 38 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 28 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 38 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 26 |
| 3 | 1 | 4 | 4 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 26 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 38 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 35 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 3 | 32 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 37 |
| 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 33 |
| 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 37 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 1 | 3 | 30 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 42 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 33 |
| 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 30 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 24 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 25 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 | 33 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 40 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 28 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 38 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 34 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 28 |
| 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 29 |
| 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 4 | 1 | 3 | 25 |
| 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 4 | 23 |
| 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 30 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 38 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 38 |
| 4 | 4 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 1 | 2 | 27 |
| 3 | 1 | 1 | 4 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 23 |
| 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 26 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 23 |
| 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 28 |
| 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 22 |
| 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 4 | 31 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 4 | 4 | 1 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 33 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 39 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 39 |
| 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 36 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 1 | 3 | 4 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 22 |
| 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 | 4 | 3 | 22 |
| 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 32 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 36 |
| 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 35 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 35 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 35 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 35 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 36 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 31 |
| 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 34 |
| 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 34 |
| 1 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 4 | 29 |
| 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 32 |
| 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 33 |
| 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 30 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 1 | 2 | 3 | 26 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 33 |
| 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 29 |
| 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 31 |
| 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 34 |
| 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 34 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 31 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 37 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 31 |
| 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 24 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 17 |
| 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 24 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 39 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 26 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 28 |
| 2 | 4 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 4 | 24 |
| 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 31 |
| 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 33 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 35 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 32 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 37 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 39 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 39 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 28 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 29 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 29 |
| 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 28 |
| 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 27 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 28 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 26 |
| 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 29 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 36 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 32 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 36 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 39 |
| 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 29 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 31 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 30 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 39 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 27 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 39 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 33 |
| 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 31 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 25 |
| 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 25 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 28 |
| 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 26 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 27 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 36 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 38 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 28 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 27 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 33 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 32 |
| 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 33 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 37 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 34 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 35 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 32 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 39 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 31 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 31 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 38 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 34 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 33 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 30 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 35 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 35 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 36 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 33 |
| 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 34 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 35 |
| 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 30 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 27 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 31 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 39 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 37 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 37 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 35 |
| 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 33 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 1 | 34 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 37 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 40 |
| 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 27 |
| 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 37 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 28 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 35 |
| 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 25 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 33 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 28 |
| 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 34 |
| 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 27 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 32 |
| 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 39 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 40 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 37 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 34 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 25 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 28 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 38 |
| 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 25 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 36 |
| 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 32 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 25 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 28 |
| 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 35 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 32 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 28 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 26 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 39 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 27 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 30 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 38 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 37 |
| 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 31 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 32 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 37 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 30 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 29 |
| 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 31 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 33 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 34 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 35 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 39 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 39 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 38 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 36 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 37 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 36 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 37 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 38 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 35 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 37 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 38 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 36 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 38 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 35 |
| 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 37 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 35 |
| 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 31 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 32 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 28 |
| 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 36 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 35 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 38 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 28 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 33 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 38 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 30 |
| 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 35 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 38 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 29 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 35 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 28 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 36 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 38 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 30 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 37 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 37 |
| 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 36 |
| 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 35 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 34 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 37 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 32 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 28 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 38 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 36 |
| 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 35 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 36 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 39 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 37 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 35 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 36 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 32 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 36 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 31 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 38 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 38 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 37 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 33 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 36 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 1 | 36 |
| 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 36 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 35 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 38 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 37 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 36 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 35 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 35 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 35 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 34 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 36 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 36 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 37 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 39 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 33 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 37 |
| 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 36 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 37 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 38 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 37 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 38 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 38 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 35 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 33 |
| 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 36 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 39 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 38 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 36 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 36 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 32 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 39 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 38 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 35 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 39 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 36 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 37 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 38 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 39 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 39 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 40 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 37 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 37 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 38 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 39 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 39 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 39 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 38 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 38 |
| 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 35 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 37 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 37 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 36 |
| 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 36 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 38 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 32 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 36 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 37 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 38 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 39 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 37 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 39 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 40 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 39 |
| 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 32 |
| 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 36 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 39 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 38 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 38 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 36 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 38 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 37 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 39 |
| 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 31 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 40 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 27 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 38 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 34 |

**Data Tabulasi Jawaban Responden Variabel X2 (Kualitas Informasi)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **X1** | **X2** | **X3** | **X4** | **X5** | **X6** | **X7** | **X8** | **X9** | **X**  **total** |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 2 | 1 | 3 | 3 | 23 |
| 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 27 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 32 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 29 |
| 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 26 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 32 |
| 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 27 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 33 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 14 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 29 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 33 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 33 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 31 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 32 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 32 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 26 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 29 |
| 4 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 26 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 29 |
| 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 31 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 31 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 33 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 32 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 31 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 29 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 32 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 32 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 24 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 26 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 26 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 31 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 29 |
| 4 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 25 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 24 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 21 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 30 |
| 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 22 |
| 3 | 1 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 25 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 30 |
| 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 31 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 32 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 33 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 34 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 33 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 34 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 34 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 28 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 25 |
| 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 26 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 32 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 31 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 31 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 31 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 32 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 33 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 28 |
| 2 | 4 | 1 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 26 |
| 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 28 |
| 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 28 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 24 |
| 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 4 | 21 |
| 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 24 |
| 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 24 |
| 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 24 |
| 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 27 |
| 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 26 |
| 1 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 24 |
| 4 | 3 | 2 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 26 |
| 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 26 |
| 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 35 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 26 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 31 |
| 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 33 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 33 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 21 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 22 |
| 4 | 3 | 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 32 |
| 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 27 |
| 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 29 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 30 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 26 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 32 |
| 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 22 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 24 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 22 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 29 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 21 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 25 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 25 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 24 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 30 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 22 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 24 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 24 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 31 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 25 |
| 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 21 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 20 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 33 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 22 |
| 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 18 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 22 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 24 |
| 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 27 |
| 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 28 |
| 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 21 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 24 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 23 |
| 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 28 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 28 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 30 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 29 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 23 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 24 |
| 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 29 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 26 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 24 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 25 |
| 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 24 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 26 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 23 |
| 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 24 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 29 |
| 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 28 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 25 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 26 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 22 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 26 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 28 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 29 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 30 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 25 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 31 |
| 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 32 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 28 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 32 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 31 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 22 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 24 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 25 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 23 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 31 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 23 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 22 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 32 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 32 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 33 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 33 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 29 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 31 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 27 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 31 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 30 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 32 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 31 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 31 |
| 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 25 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 32 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 32 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 28 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 31 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 31 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 30 |
| 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 29 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 32 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 31 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 31 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 32 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 32 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 29 |
| 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 30 |
| 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 27 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 27 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 29 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 24 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 32 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 29 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 30 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 32 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 24 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 24 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 27 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 26 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 30 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 31 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 24 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 29 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 27 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 28 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 31 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 28 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 32 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 32 |
| 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 29 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 31 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 32 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 28 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 29 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 29 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 31 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 32 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 28 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 28 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 31 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 28 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 31 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 27 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 30 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 26 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 27 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 31 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 31 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 32 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 29 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 32 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 29 |
| 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 29 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 32 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 31 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 32 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 32 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 30 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 28 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 31 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 32 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 32 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 32 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 32 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 32 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 32 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 32 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 32 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 32 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 32 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 32 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 32 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 32 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 32 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 32 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 33 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 32 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 30 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 32 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 33 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 31 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 32 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 29 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 32 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 31 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 31 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 31 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 32 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 25 |
| 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 23 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 32 |
| 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 28 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 27 |

#### Data Tabulasi Jawaban Responden Variabel Y (Perilaku Konsumtif)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Y 1** | **Y 2** | **Y 3** | **Y 4** | **Y 5** | **Y 6** | **Y 7** | **Y 8** | **Y 9** | **Y 1**  **0** | **Y 1**  **1** | **Y 1**  **2** | **Y 1**  **3** | **Y 1**  **4** | **Y 1**  **5** | **Y 1**  **6** | **Y 1**  **7** | **Y 1**  **8** | **Y 1**  **9** | **Y 2**  **0** | **Y 2**  **1** | **Y 2**  **2** | **Y**  **tot al** |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 73 |
| 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 64 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 66 |
| 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 68 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 75 |
| 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 1 | 67 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 88 |
| 2 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 37 |
| 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 1 | 68 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 58 |
| 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 51 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 88 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 79 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 76 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 77 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 50 |
| 1 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 1 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 1 | 63 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 79 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 69 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 88 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 60 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 48 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 68 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 66 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 66 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 77 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 88 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 60 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 88 |
| 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 73 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 59 |
| 3 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 58 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 72 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 71 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 88 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 67 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 70 |
| 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 78 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 70 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 71 |
| 1 | 1 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 59 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 87 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 66 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 66 |
| 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 52 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 58 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 72 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 79 |
| 1 | 1 | 4 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 50 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 76 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 57 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 86 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 75 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 66 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 81 |
| 1 | 1 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 49 |
| 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 61 |
| 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 47 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 74 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 72 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 1 | 1 | 2 | 4 | 4 | 3 | 55 |
| 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 57 |
| 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 4 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 42 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 48 |
| 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 61 |
| 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 1 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 65 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 72 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 78 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 72 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 83 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 81 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 82 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 82 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 84 |
| 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 77 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 81 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 71 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 78 |
| 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 74 |
| 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 72 |
| 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 71 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 68 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 78 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 75 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 75 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 76 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 76 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 68 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 59 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 70 |
| 4 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 63 |
| 4 | 3 | 2 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 63 |
| 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 62 |
| 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 58 |
| 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 1 | 3 | 2 | 4 | 65 |
| 1 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 61 |
| 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 66 |
| 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 64 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 61 |
| 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 66 |
| 3 | 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 67 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 58 |
| 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 61 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 59 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 72 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 66 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 66 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 75 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 61 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 78 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 69 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 67 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 58 |
| 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 48 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 65 |
| 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 73 |
| 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 70 |
| 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 76 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 75 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 77 |
| 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 74 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 74 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 58 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 54 |
| 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 59 |
| 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 60 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 56 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 66 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 76 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 62 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 58 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 60 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 63 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 72 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 75 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 75 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 74 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 56 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 54 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 63 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 58 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 74 |
| 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 59 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 77 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 67 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 77 |
| 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 55 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 56 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 57 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 64 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 74 |
| 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 55 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 51 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 55 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 75 |
| 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 60 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 77 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 56 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 59 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 56 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 60 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 71 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 65 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 76 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 63 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 72 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 56 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 60 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 75 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 70 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 73 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 72 |
| 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 70 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 68 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 71 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 76 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 67 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 61 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 66 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 59 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 64 |
| 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 73 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 70 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 72 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 69 |
| 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 73 |
| 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 67 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 52 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 80 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 65 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 1 | 60 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 73 |
| 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 71 |
| 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 70 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 77 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 78 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 79 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 64 |
| 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 75 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 74 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 63 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 76 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 58 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 65 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 79 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 70 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 77 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 75 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 72 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 76 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 80 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 77 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 81 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 75 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 68 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 61 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 75 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 77 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 1 | 2 | 1 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 71 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 1 | 3 | 1 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 63 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 72 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 75 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 64 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 82 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 71 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 1 | 1 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 72 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 82 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 75 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 67 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 74 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 66 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 79 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 78 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 1 | 2 | 2 | 70 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 77 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 69 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 77 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 75 |
| 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 74 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 77 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 78 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 71 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 81 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 78 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 78 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 76 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 77 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 77 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 77 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 79 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 80 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 75 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 75 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 76 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 70 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 69 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 74 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 72 |
| 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 73 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 75 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 68 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 71 |
| 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 64 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 67 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 58 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 62 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 63 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 74 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 74 |
| 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 71 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 60 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 67 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 76 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 78 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 70 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 68 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 74 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 76 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 75 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 76 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 65 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 70 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 74 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 73 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 66 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 72 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 73 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 75 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 68 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 76 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 78 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 73 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 73 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 71 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 65 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 79 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 81 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 78 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 72 |
| 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 75 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 73 |
| 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 73 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 70 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 65 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 73 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 66 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 76 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 76 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 70 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 78 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 74 |
| 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 75 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 73 |
| 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 74 |
| 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 75 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 69 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 73 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 76 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 79 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 77 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 76 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 71 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 71 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 75 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 67 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 73 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 74 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 78 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 79 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 75 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 77 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 78 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 75 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 78 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 73 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 77 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 71 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 71 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 76 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 76 |
| 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 75 |
| 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 74 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 75 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 74 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 74 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 75 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 75 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 77 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 74 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 76 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 73 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 67 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 78 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 79 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 77 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 75 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 74 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 77 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 71 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 76 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 77 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 72 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 79 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 74 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 74 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 78 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 78 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 76 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 81 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 76 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 78 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 78 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 75 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 75 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 75 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 78 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 72 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 75 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 75 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 66 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 77 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 78 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 78 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 76 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 72 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 77 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 76 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 72 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 75 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 75 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 78 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 74 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 67 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 76 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 61 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 78 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 74 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 77 |

**LAMPIRAN 3**

#### Uji Validitas Variabel X1 (Terpaan Media)

**Correlations**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| x1 | | | x2 | x3 | x4 | x5 | x6 | x7 | x8 | x9 | x10 | x11 | total |
| x1 | Pearson Correlatio  n | 1 | .334 | .533\*  \* | .439\* | .526\*  \* | .511\*  \* | .651\*  \* | .359 | .327 | .648\*  \* | .269 | .739\*  \* |
| Sig. (2-  tailed) |  | .071 | .002 | .015 | .003 | .004 | .000 | .052 | .078 | .000 | .150 | .000 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| x2 | Pearson Correlatio  n | .334 | 1 | .586\*  \* | .772\*  \* | .281 | .573\*  \* | .593\*  \* | .208 | .543\*  \* | .483\*  \* | .049 | .723\*  \* |
| Sig. (2-  tailed) | .071 |  | .001 | .000 | .132 | .001 | .001 | .269 | .002 | .007 | .798 | .000 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| x3 | Pearson Correlatio  n | .533\*  \* | .586\*  \* | 1 | .498\*  \* | .286 | .602\*  \* | .556\*  \* | .252 | .563\*  \* | .524\*  \* | .128 | .734\*  \* |
| Sig. (2-  tailed) | .002 | .001 |  | .005 | .126 | .000 | .001 | .179 | .001 | .003 | .499 | .000 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| x4 | Pearson Correlatio  n | .439\* | .772\*  \* | .498\*  \* | 1 | .391\* | .500\*  \* | .726\*  \* | .326 | .486\*  \* | .627\*  \* | .076 | .774\*  \* |
| Sig. (2-  tailed) | .015 | .000 | .005 |  | .033 | .005 | .000 | .079 | .006 | .000 | .688 | .000 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| x5 | Pearson Correlatio  n | .526\*  \* | .281 | .286 | .391\* | 1 | .298 | .451\* | .208 | .109 | .476\*  \* | .347 | .577\*  \* |
| Sig. (2-  tailed) | .003 | .132 | .126 | .033 |  | .110 | .012 | .269 | .565 | .008 | .060 | .001 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| x6 | Pearson Correlatio  n | .511\*  \* | .573\*  \* | .602\*  \* | .500\*  \* | .298 | 1 | .585\*  \* | .338 | .571\*  \* | .496\*  \* | .307 | .765\*  \* |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Sig. (2-  tailed) | .004 | .001 | .000 | .005 | .110 |  | .001 | .068 | .001 | .005 | .099 | .000 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| x7 | Pearson Correlatio  n | .651\*  \* | .593\*  \* | .556\*  \* | .726\*  \* | .451\* | .585\*  \* | 1 | .291 | .492\*  \* | .766\*  \* | .154 | .835\*  \* |
| Sig. (2-  tailed) | .000 | .001 | .001 | .000 | .012 | .001 |  | .118 | .006 | .000 | .417 | .000 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| x8 | Pearson Correlatio  n | .359 | .208 | .252 | .326 | .208 | .338 | .291 | 1 | .505\*  \* | .294 | .565\*  \* | .542\*  \* |
| Sig. (2-  tailed) | .052 | .269 | .179 | .079 | .269 | .068 | .118 |  | .004 | .115 | .001 | .002 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| x9 | Pearson Correlatio  n | .327 | .543\*  \* | .563\*  \* | .486\*  \* | .109 | .571\*  \* | .492\*  \* | .505\*  \* | 1 | .477\*  \* | .134 | .676\*  \* |
| Sig. (2-  tailed) | .078 | .002 | .001 | .006 | .565 | .001 | .006 | .004 |  | .008 | .480 | .000 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| x10 | Pearson Correlatio  n | .648\*  \* | .483\*  \* | .524\*  \* | .627\*  \* | .476\*  \* | .496\*  \* | .766\*  \* | .294 | .477\*  \* | 1 | .248 | .810\*  \* |
| Sig. (2-  tailed) | .000 | .007 | .003 | .000 | .008 | .005 | .000 | .115 | .008 |  | .187 | .000 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| x11 | Pearson Correlatio  n | .269 | .049 | .128 | .076 | .347 | .307 | .154 | .565\*  \* | .134 | .248 | 1 | .412\* |
| Sig. (2-  tailed) | .150 | .798 | .499 | .688 | .060 | .099 | .417 | .001 | .480 | .187 |  | .024 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| tota l | Pearson Correlatio  n | .739\*  \* | .723\*  \* | .734\*  \* | .774\*  \* | .577\*  \* | .765\*  \* | .835\*  \* | .542\*  \* | .676\*  \* | .810\*  \* | .412\* | 1 |
| Sig. (2-  tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .001 | .000 | .000 | .002 | .000 | .000 | .024 |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

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

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

#### Uji Validitas Variabel X2 (Kualitas Informasi)

**Correlations**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| x1 | | | x2 | x3 | x4 | x5 | x6 | x7 | x8 | x9 | total |
| x1 | Pearson Correlation | 1 | .621\*\* | .221 | .431\* | .551\*\* | .384\* | .660\*\* | .515\*\* | .326 | .719\*\* |
| Sig. (2-tailed) |  | .000 | .241 | .017 | .002 | .036 | .000 | .004 | .079 | .000 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| x2 | Pearson Correlation | .621\*\* | 1 | .383\* | .437\* | .619\*\* | .316 | .597\*\* | .495\*\* | .441\* | .727\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .000 |  | .037 | .016 | .000 | .089 | .001 | .005 | .015 | .000 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| x3 | Pearson Correlation | .221 | .383\* | 1 | .614\*\* | .279 | .430\* | .366\* | .486\*\* | .434\* | .632\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .241 | .037 |  | .000 | .135 | .018 | .047 | .007 | .017 | .000 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| x4 | Pearson Correlation | .431\* | .437\* | .614\*\* | 1 | .383\* | .589\*\* | .637\*\* | .643\*\* | .276 | .782\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .017 | .016 | .000 |  | .037 | .001 | .000 | .000 | .141 | .000 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| x5 | Pearson Correlation | .551\*\* | .619\*\* | .279 | .383\* | 1 | .574\*\* | .397\* | .725\*\* | .400\* | .742\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .002 | .000 | .135 | .037 |  | .001 | .030 | .000 | .028 | .000 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| x6 | Pearson Correlation | .384\* | .316 | .430\* | .589\*\* | .574\*\* | 1 | .579\*\* | .590\*\* | .486\*\* | .775\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .036 | .089 | .018 | .001 | .001 |  | .001 | .001 | .007 | .000 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| x7 | Pearson Correlation | .660\*\* | .597\*\* | .366\* | .637\*\* | .397\* | .579\*\* | 1 | .480\*\* | .224 | .775\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .001 | .047 | .000 | .030 | .001 |  | .007 | .233 | .000 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| x8 | Pearson Correlation | .515\*\* | .495\*\* | .486\*\* | .643\*\* | .725\*\* | .590\*\* | .480\*\* | 1 | .374\* | .811\*\* |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Sig. (2-tailed) | .004 | .005 | .007 | .000 | .000 | .001 | .007 |  | .042 | .000 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| x9 | Pearson Correlation | .326 | .441\* | .434\* | .276 | .400\* | .486\*\* | .224 | .374\* | 1 | .579\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .079 | .015 | .017 | .141 | .028 | .007 | .233 | .042 |  | .001 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| total | Pearson Correlation | .719\*\* | .727\*\* | .632\*\* | .782\*\* | .742\*\* | .775\*\* | .775\*\* | .811\*\* | .579\*\* | 1 |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .001 |  |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

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

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

#### Uji Validitas Variabel Y (Perilaku Konsumtf)

**Correlations**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | |  |  |  |  |  |  |  |  | y | y | y | y | y | y | y | y | y | y | y | y | y | yt |
| y | | | y | y | y | y | y | y | y | y | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | ot |
| 1 | | | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 0 | 1 | 2 | al |
| y 1 | Pear | 1 | .6 | .4 | .4 | .2 | .6 | .3 | .6 | .6 | .3 | .2 | .4 | .2 | .1 | .3 | .2 | .6 | .6 | .6 | .4 | .4 | .2 | .7 |
| son |  | 4 | 1 | 8 | 7 | 9 | 3 | 5 | 7 | 7 | 8 | 6 | 4 | 3 | 2 | 6 | 4 | 8 | 3 | 4 | 9 | 6 | 2 |
| Corr |  | 8\* | 9\* | 9\* | 4 | 3\* | 9 | 8\* | 8\* | 5\* | 4 | 2\* | 3 | 4 | 5 | 7 | 4\* | 3\* | 0\* | 0\* | 1\* | 4 | 4\* |
| elati |  | \* |  | \* |  | \* |  | \* | \* |  |  |  |  |  |  |  | \* | \* | \* |  | \* |  | \* |
| on |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Sig. |  | .0 | .0 | .0 | .1 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .1 | .0 | .1 | .4 | .0 | .1 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .1 | .0 |
| (2- | 0 | 2 | 0 | 4 | 0 | 6 | 0 | 0 | 4 | 2 | 1 | 9 | 8 | 7 | 5 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 5 | 0 |
| taile | 0 | 1 | 6 | 3 | 0 | 7 | 0 | 0 | 1 | 8 | 0 | 6 | 0 | 9 | 4 | 0 | 0 | 0 | 5 | 6 | 9 | 0 |
| d) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| N | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
|  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| y | Pear | .6 | 1 | .4 | .4 | .3 | .4 | .3 | .5 | .6 | .3 | .2 | .6 | .5 | .1 | .2 | .3 | .5 | .5 | .4 | .4 | .4 | .3 | .7 |
| 2 | son | 4 |  | 3 | 6 | 9 | 3 | 8 | 3 | 5 | 5 | 8 | 0 | 3 | 4 | 4 | 4 | 6 | 9 | 4 | 0 | 7 | 0 | 3 |
|  | Corr | 8\* |  | 4\* | 6\* | 9\* | 4\* | 7\* | 0\* | 0\* | 5 | 3 | 1\* | 4\* | 7 | 9 | 3 | 4\* | 9\* | 7\* | 4\* | 0\* | 7 | 7\* |
|  | elati | \* |  |  | \* |  |  |  | \* | \* |  |  | \* | \* |  |  |  | \* | \* |  |  | \* |  | \* |
|  | on |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Sig. | .0 |  | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .1 | .0 | .0 | .4 | .1 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 |
| (2- | 0 | 1 | 0 | 2 | 1 | 3 | 0 | 0 | 5 | 3 | 0 | 0 | 3 | 8 | 6 | 0 | 0 | 1 | 2 | 0 | 9 | 0 |
| taile | 0 | 7 | 9 | 9 | 7 | 4 | 3 | 0 | 5 | 0 | 0 | 2 | 8 | 5 | 3 | 1 | 0 | 3 | 7 | 9 | 9 | 0 |
| d) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| N | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
|  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| y 3 | Pear | .4 | .4 | 1 | .3 | .4 | .2 | .1 | .5 | .3 | .1 | .1 | .4 | .2 | .0 | .0 | .3 | .5 | .5 | .3 | .1 | .5 | .3 | .5 |
| son | 1 | 3 |  | 1 | 8 | 8 | 7 | 7 | 4 | 0 | 6 | 3 | 9 | 3 | 9 | 1 | 5 | 5 | 7 | 2 | 0 | 5 | 2 |
| Corr | 9\* | 4\* |  | 6 | 1\* | 7 | 3 | 0\* | 9 | 7 | 6 | 1\* | 0 | 6 | 7 | 4 | 7\* | 9\* | 2\* | 9 | 9\* | 1 | 8\* |
| elati |  |  |  |  | \* |  |  | \* |  |  |  |  |  |  |  |  | \* | \* |  |  | \* |  | \* |
| on |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Sig. | .0 | .0 |  | .0 | .0 | .1 | .3 | .0 | .0 | .5 | .3 | .0 | .1 | .8 | .6 | .0 | .0 | .0 | .0 | .4 | .0 | .0 | .0 |
| (2- | 2 | 1 | 8 | 0 | 2 | 6 | 0 | 5 | 7 | 8 | 1 | 1 | 4 | 1 | 9 | 0 | 0 | 4 | 9 | 0 | 5 | 0 |
| taile | 1 | 7 | 9 | 7 | 3 | 0 | 1 | 9 | 2 | 1 | 7 | 9 | 9 | 0 | 2 | 1 | 1 | 3 | 8 | 4 | 7 | 3 |
| d) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| N | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
|  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| y 4 | Pear | .4 | .4 | .3 | 1 | .6 | .3 | .4 | .3 | .5 | .2 | .3 | .3 | .2 | .3 | .5 | .5 | .4 | .4 | .3 | .7 | .5 | .3 | .6 |
| son | 8 | 6 | 1 |  | 9 | 0 | 9 | 6 | 9 | 1 | 9 | 8 | 3 | 4 | 1 | 9 | 2 | 4 | 2 | 2 | 5 | 3 | 8 |
| Corr | 9\* | 6\* | 6 |  | 6\* | 9 | 8\* | 7\* | 7\* | 0 | 9\* | 2\* | 4 | 4 | 5\* | 8\* | 2\* | 3\* | 1 | 9\* | 0\* | 7 | 0\* |
| elati | \* | \* |  |  | \* |  | \* |  | \* |  |  |  |  |  | \* | \* |  |  |  | \* | \* |  | \* |
| on |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Sig. | .0 | .0 | .0 |  | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .2 | .0 | .0 | .2 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 |
| (2- | 0 | 0 | 8 | 0 | 9 | 0 | 4 | 0 | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 0 | 0 | 2 | 1 | 8 | 0 | 0 | 6 | 0 |
| taile | 6 | 9 | 9 | 0 | 7 | 5 | 6 | 0 | 6 | 9 | 7 | 4 | 3 | 4 | 0 | 0 | 4 | 4 | 0 | 2 | 9 | 0 |
| d) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| N | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
|  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| y 5 | Pear | .2 | .3 | .4 | .6 | 1 | .1 | .3 | .4 | .4 | .0 | .4 | .2 | .1 | .0 | .3 | .6 | .3 | .2 | .1 | .4 | .4 | .5 | .5 |
| son | 7 | 9 | 8 | 9 |  | 1 | 8 | 1 | 7 | 7 | 1 | 9 | 0 | 8 | 1 | 9 | 2 | 7 | 2 | 4 | 9 | 2 | 7 |
| Corr | 4 | 9\* | 1\* | 6\* |  | 4 | 5\* | 1\* | 4\* | 6 | 1\* | 1 | 1 | 3 | 0 | 3\* | 4 | 7 | 1 | 2\* | 9\* | 1\* | 0\* |
| elati |  |  | \* | \* |  |  |  |  | \* |  |  |  |  |  |  | \* |  |  |  |  | \* | \* | \* |
| on |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Sig. | .1 | .0 | .0 | .0 |  | .5 | .0 | .0 | .0 | .6 | .0 | .1 | .5 | .6 | .0 | .0 | .0 | .1 | .5 | .0 | .0 | .0 | .0 |
| (2- | 4 | 2 | 0 | 0 | 4 | 3 | 2 | 0 | 9 | 2 | 1 | 9 | 6 | 9 | 0 | 8 | 3 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| taile | 3 | 9 | 7 | 0 | 7 | 5 | 4 | 8 | 1 | 4 | 8 | 5 | 2 | 5 | 0 | 0 | 8 | 3 | 4 | 5 | 3 | 1 |
| d) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | N | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
|  |  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| y 6 | Pear | .6 | .4 | .2 | .3 | .1 | 1 | .3 | .7 | .7 | .4 | .3 | .3 | .1 | .1 | .1 | .1 | .7 | .6 | .5 | .2 | .3 | .2 | .6 |
| son | 9 | 3 | 8 | 0 | 1 |  | 2 | 1 | 4 | 6 | 8 | 3 | 7 | 8 | 8 | 6 | 5 | 8 | 3 | 5 | 5 | 3 | 7 |
| Corr | 3\* | 4\* | 7 | 9 | 4 |  | 4 | 0\* | 0\* | 9\* | 5\* | 2 | 9 | 1 | 1 | 1 | 6\* | 3\* | 8\* | 0 | 3 | 3 | 4\* |
| elati | \* |  |  |  |  |  |  | \* | \* | \* |  |  |  |  |  |  | \* | \* | \* |  |  |  | \* |
| on |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Sig. | .0 | .0 | .1 | .0 | .5 |  | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .3 | .3 | .3 | .3 | .0 | .0 | .0 | .1 | .0 | .2 | .0 |
| (2- | 0 | 1 | 2 | 9 | 4 | 8 | 0 | 0 | 0 | 3 | 7 | 4 | 3 | 3 | 9 | 0 | 0 | 0 | 8 | 5 | 1 | 0 |
| taile | 0 | 7 | 3 | 7 | 7 | 1 | 0 | 0 | 9 | 6 | 3 | 3 | 7 | 7 | 7 | 0 | 0 | 2 | 3 | 6 | 5 | 0 |
| d) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| N | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
|  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| y 7 | Pear | .3 | .3 | .1 | .4 | .3 | .3 | 1 | .4 | .5 | .2 | .4 | .4 | .2 | .3 | .4 | .3 | .3 | .3 | .3 | .6 | .4 | .5 | .6 |
| son | 3 | 8 | 7 | 9 | 8 | 2 |  | 5 | 0 | 3 | 1 | 6 | 9 | 8 | 5 | 3 | 4 | 2 | 8 | 6 | 4 | 5 | 2 |
| Corr | 9 | 7\* | 3 | 8\* | 5\* | 4 |  | 1\* | 9\* | 6 | 9\* | 5\* | 1 | 8\* | 1\* | 6 | 1 | 2 | 4\* | 4\* | 2\* | 4\* | 5\* |
| elati |  |  |  | \* |  |  |  |  | \* |  |  | \* |  |  |  |  |  |  |  | \* |  | \* | \* |
| on |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Sig. | .0 | .0 | .3 | .0 | .0 | .0 |  | .0 | .0 | .2 | .0 | .0 | .1 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 |
| (2- | 6 | 3 | 6 | 0 | 3 | 8 | 1 | 0 | 0 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 6 | 6 | 8 | 3 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| taile | 7 | 4 | 0 | 5 | 5 | 1 | 2 | 4 | 9 | 1 | 0 | 9 | 4 | 2 | 9 | 5 | 2 | 6 | 0 | 4 | 1 | 0 |
| d) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| N | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
|  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| y 8 | Pear | .6 | .5 | .5 | .3 | .4 | .7 | .4 | 1 | .6 | .4 | .4 | .5 | .2 | .0 | .1 | .2 | .7 | .7 | .6 | .3 | .3 | .3 | .7 |
| son | 5 | 3 | 7 | 6 | 1 | 1 | 5 |  | 9 | 7 | 6 | 6 | 2 | 1 | 8 | 0 | 7 | 2 | 8 | 3 | 6 | 3 | 6 |
| Corr | 8\* | 0\* | 0\* | 7\* | 1\* | 0\* | 1\* |  | 7\* | 5\* | 9\* | 9\* | 8 | 7 | 8 | 4 | 2\* | 0\* | 6\* | 3 | 7\* | 9 | 6\* |
| elati | \* | \* | \* |  |  | \* |  |  | \* | \* | \* | \* |  |  |  |  | \* | \* | \* |  |  |  | \* |
| on |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Sig. | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 |  | .0 | .0 | .0 | .0 | .2 | .9 | .3 | .2 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 |
| (2- | 0 | 0 | 0 | 4 | 2 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 | 1 | 7 | 0 | 0 | 0 | 7 | 4 | 6 | 0 |
| taile | 0 | 3 | 1 | 6 | 4 | 0 | 2 | 0 | 8 | 9 | 1 | 5 | 8 | 9 | 8 | 0 | 0 | 0 | 2 | 6 | 7 | 0 |
| d) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| N | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
|  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| y | Pear | .6 | .6 | .3 | .5 | .4 | .7 | .5 | .6 | 1 | .4 | .4 | .4 | .3 | .3 | .3 | .4 | .7 | .7 | .6 | .6 | .5 | .4 | .8 |
| 9 | son | 7 | 5 | 4 | 9 | 7 | 4 | 0 | 9 |  | 8 | 6 | 8 | 5 | 0 | 6 | 4 | 5 | 1 | 1 | 2 | 6 | 6 | 6 |
|  | Corr | 8\* | 0\* | 9 | 7\* | 4\* | 0\* | 9\* | 7\* |  | 8\* | 3\* | 8\* | 8 | 6 | 2\* | 3\* | 8\* | 7\* | 0\* | 0\* | 5\* | 4\* | 7\* |
|  | elati | \* | \* |  | \* | \* | \* | \* | \* |  | \* | \* | \* |  |  |  |  | \* | \* | \* | \* | \* | \* | \* |
|  | on |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Sig. | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 |  | .0 | .0 | .0 | .0 | .1 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 |
| (2- | 0 | 0 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 5 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| taile | 0 | 0 | 9 | 0 | 8 | 0 | 4 | 0 | 6 | 0 | 6 | 2 | 0 | 9 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| d) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| N | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
|  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| y | Pear | .3 | .3 | .1 | .2 | .0 | .4 | .2 | .4 | .4 | 1 | .7 | .3 | .4 | .1 | .1 | .0 | .2 | .4 | .5 | .3 | .0 | .1 | .5 |
| 1 | son | 7 | 5 | 0 | 1 | 7 | 6 | 3 | 7 | 8 |  | 0 | 9 | 4 | 5 | 5 | 0 | 2 | 4 | 3 | 6 | 6 | 8 | 5 |
| 0 | Corr | 5\* | 5 | 7 | 0 | 6 | 9\* | 6 | 5\* | 8\* |  | 0\* | 9\* | 6\* | 5 | 5 | 0 | 2 | 7\* | 1\* | 3\* | 1 | 9 | 0\* |
|  | elati |  |  |  |  |  | \* |  | \* | \* |  | \* |  |  |  |  |  |  |  | \* |  |  |  | \* |
|  | on |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Sig. | .0 | .0 | .5 | .2 | .6 | .0 | .2 | .0 | .0 |  | .0 | .0 | .0 | .4 | .4 | 1. | .2 | .0 | .0 | .0 | .7 | .3 | .0 |
|  | (2- | 4 | 5 | 7 | 6 | 9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 | 1 | 1 | 0 | 3 | 1 | 0 | 4 | 5 | 1 | 0 |
|  | taile | 1 | 5 | 2 | 6 | 1 | 9 | 9 | 8 | 6 | 0 | 9 | 4 | 2 | 2 | 0 | 8 | 3 | 3 | 9 | 1 | 8 | 2 |
|  | d) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 0 |  |  |  |  |  |  |  |
|  | N | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
|  |  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| y | Pear | .2 | .2 | .1 | .3 | .4 | .3 | .4 | .4 | .4 | .7 | 1 | .5 | .4 | .1 | .2 | .3 | .3 | .4 | .4 | .5 | .2 | .4 | .6 |
| 1 | son | 8 | 8 | 6 | 9 | 1 | 8 | 1 | 6 | 6 | 0 |  | 6 | 9 | 9 | 6 | 1 | 6 | 8 | 0 | 1 | 5 | 8 | 6 |
| 1 | Corr | 4 | 3 | 6 | 9\* | 1\* | 5\* | 9\* | 9\* | 3\* | 0\* |  | 7\* | 5\* | 2 | 1 | 4 | 1\* | 4\* | 3\* | 0\* | 9 | 1\* | 1\* |
|  | elati |  |  |  |  |  |  |  | \* | \* | \* |  | \* | \* |  |  |  |  | \* |  | \* |  | \* | \* |
|  | on |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Sig. | .1 | .1 | .3 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 |  | .0 | .0 | .3 | .1 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .1 | .0 | .0 |
|  | (2- | 2 | 3 | 8 | 2 | 2 | 3 | 2 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 | 9 | 5 | 0 | 2 | 0 | 6 | 0 | 0 |
|  | taile | 8 | 0 | 1 | 9 | 4 | 6 | 1 | 9 | 0 | 0 | 1 | 5 | 9 | 4 | 1 | 0 | 7 | 7 | 4 | 6 | 7 | 0 |
|  | d) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | N | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
|  |  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| y | Pear | .4 | .6 | .4 | .3 | .2 | .3 | .4 | .5 | .4 | .3 | .5 | 1 | .6 | .0 | .2 | .3 | .5 | .5 | .5 | .5 | .3 | .5 | .7 |
| 1 | son | 6 | 0 | 3 | 8 | 9 | 3 | 6 | 6 | 8 | 9 | 6 |  | 5 | 9 | 4 | 3 | 6 | 8 | 6 | 8 | 2 | 0 | 3 |
| 2 | Corr | 2\* | 1\* | 1\* | 2\* | 1 | 2 | 5\* | 9\* | 8\* | 9\* | 7\* |  | 6\* | 5 | 2 | 6 | 7\* | 7\* | 8\* | 4\* | 9 | 7\* | 0\* |
|  | elati |  | \* |  |  |  |  | \* | \* | \* |  | \* |  | \* |  |  |  | \* | \* | \* | \* |  | \* | \* |
|  | on |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Sig. | .0 | .0 | .0 | .0 | .1 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 |  | .0 | .6 | .1 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 |
|  | (2- | 1 | 0 | 1 | 3 | 1 | 7 | 1 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 1 | 9 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 7 | 0 | 0 |
|  | taile | 0 | 0 | 7 | 7 | 8 | 3 | 0 | 1 | 6 | 9 | 1 | 0 | 6 | 7 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 4 | 0 |
|  | d) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | N | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
|  |  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| y | Pear | .2 | .5 | .2 | .2 | .1 | .1 | .2 | .2 | .3 | .4 | .4 | .6 | 1 | .3 | .1 | .2 | .4 | .4 | .2 | .4 | .4 | .2 | .5 |
| 1 | son | 4 | 3 | 9 | 3 | 0 | 7 | 9 | 2 | 5 | 4 | 9 | 5 |  | 1 | 8 | 9 | 0 | 1 | 5 | 4 | 0 | 3 | 6 |
| 3 | Corr | 3 | 4\* | 0 | 4 | 1 | 9 | 1 | 8 | 8 | 6\* | 5\* | 6\* |  | 9 | 0 | 0 | 5\* | 3\* | 9 | 1\* | 9\* | 9 | 5\* |
|  | elati |  | \* |  |  |  |  |  |  |  |  | \* | \* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | \* |
|  | on |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Sig. | .1 | .0 | .1 | .2 | .5 | .3 | .1 | .2 | .0 | .0 | .0 | .0 |  | .0 | .3 | .1 | .0 | .0 | .1 | .0 | .0 | .2 | .0 |
|  | (2- | 9 | 0 | 1 | 1 | 9 | 4 | 1 | 2 | 5 | 1 | 0 | 0 | 8 | 4 | 2 | 2 | 2 | 6 | 1 | 2 | 0 | 0 |
|  | taile | 6 | 2 | 9 | 4 | 5 | 3 | 9 | 5 | 2 | 4 | 5 | 0 | 6 | 1 | 1 | 6 | 3 | 7 | 5 | 5 | 3 | 1 |
|  | d) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | N | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
|  |  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| y | Pear | .1 | .1 | .0 | .3 | .0 | .1 | .3 | .0 | .3 | .1 | .1 | .0 | .3 | 1 | .8 | .5 | .2 | .2 | .3 | .3 | .3 | .2 | .3 |
| 1 | son | 3 | 4 | 3 | 4 | 8 | 8 | 8 | 1 | 0 | 5 | 9 | 9 | 1 |  | 1 | 0 | 3 | 6 | 0 | 4 | 3 | 1 | 9 |
| 4 | Corr | 4 | 7 | 6 | 4 | 3 | 1 | 8\* | 7 | 6 | 5 | 2 | 5 | 9 |  | 3\* | 2\* | 8 | 6 | 0 | 7 | 5 | 4 | 1\* |
|  | elati |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | \* | \* |  |  |  |  |  |  |  |
|  | on |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Sig. | .4 | .4 | .8 | .0 | .6 | .3 | .0 | .9 | .1 | .4 | .3 | .6 | .0 |  | .0 | .0 | .2 | .1 | .1 | .0 | .0 | .2 | .0 |
|  | (2- | 8 | 3 | 4 | 6 | 6 | 3 | 3 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 8 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 6 | 7 | 5 | 3 |
|  | taile | 0 | 8 | 9 | 3 | 2 | 7 | 4 | 8 | 0 | 2 | 9 | 6 | 6 | 0 | 5 | 6 | 5 | 8 | 0 | 0 | 6 | 3 |
|  | d) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | N | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
|  |  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| y | Pear | .3 | .2 | .0 | .5 | .3 | .1 | .4 | .1 | .3 | .1 | .2 | .2 | .1 | .8 | 1 | .5 | .2 | .3 | .3 | .4 | .3 | .2 | .4 |
| 1 | son | 2 | 4 | 9 | 1 | 1 | 8 | 5 | 8 | 6 | 5 | 6 | 4 | 8 | 1 |  | 9 | 3 | 4 | 7 | 4 | 3 | 1 | 9 |
| 5 | Corr | 5 | 9 | 7 | 5\* | 0 | 1 | 1\* | 8 | 2\* | 5 | 1 | 2 | 0 | 3\* |  | 5\* | 8 | 2 | 4\* | 6\* | 5 | 4 | 2\* |
|  | elati |  |  |  | \* |  |  |  |  |  |  |  |  |  | \* |  | \* |  |  |  |  |  |  | \* |
|  | on |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Sig. | .0 | .1 | .6 | .0 | .0 | .3 | .0 | .3 | .0 | .4 | .1 | .1 | .3 | .0 |  | .0 | .2 | .0 | .0 | .0 | .0 | .2 | .0 |
|  | (2- | 7 | 8 | 1 | 0 | 9 | 3 | 1 | 1 | 4 | 1 | 6 | 9 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 4 | 1 | 7 | 5 | 0 |
|  | taile | 9 | 5 | 0 | 4 | 5 | 7 | 2 | 9 | 9 | 2 | 4 | 7 | 1 | 0 | 1 | 6 | 4 | 2 | 3 | 0 | 6 | 6 |
|  | d) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | N | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
|  |  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| y | Pear | .2 | .3 | .3 | .5 | .6 | .1 | .3 | .2 | .4 | .0 | .3 | .3 | .2 | .5 | .5 | 1 | .3 | .3 | .0 | .4 | .5 | .3 | .5 |
| 1 | son | 6 | 4 | 1 | 9 | 9 | 6 | 3 | 0 | 4 | 0 | 1 | 3 | 9 | 0 | 9 |  | 4 | 0 | 7 | 9 | 9 | 7 | 6 |
| 6 | Corr | 7 | 3 | 4 | 8\* | 3\* | 1 | 6 | 4 | 3\* | 0 | 4 | 6 | 0 | 2\* | 5\* |  | 9 | 3 | 5 | 4\* | 0\* | 2\* | 1\* |
|  | elati |  |  |  | \* | \* |  |  |  |  |  |  |  |  | \* | \* |  |  |  |  | \* | \* |  | \* |
|  | on |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Sig. | .1 | .0 | .0 | .0 | .0 | .3 | .0 | .2 | .0 | 1. | .0 | .0 | .1 | .0 | .0 |  | .0 | .1 | .6 | .0 | .0 | .0 | .0 |
| (2- | 5 | 6 | 9 | 0 | 0 | 9 | 6 | 7 | 1 | 0 | 9 | 7 | 2 | 0 | 0 | 5 | 0 | 9 | 0 | 0 | 4 | 0 |
| taile | 4 | 3 | 2 | 0 | 0 | 7 | 9 | 8 | 4 | 0 | 1 | 0 | 1 | 5 | 1 | 9 | 4 | 5 | 6 | 1 | 3 | 1 |
| d) |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 0 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| N | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
|  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| y | Pear | .6 | .5 | .5 | .4 | .3 | .7 | .3 | .7 | .7 | .2 | .3 | .5 | .4 | .2 | .2 | .3 | 1 | .8 | .6 | .3 | .5 | .3 | .7 |
| 1 | son | 4 | 6 | 5 | 2 | 2 | 5 | 4 | 7 | 5 | 2 | 6 | 6 | 0 | 3 | 3 | 4 |  | 4 | 1 | 3 | 5 | 6 | 8 |
| 7 | Corr | 4\* | 4\* | 7\* | 2\* | 4 | 6\* | 1 | 2\* | 8\* | 2 | 1\* | 7\* | 5\* | 8 | 8 | 9 |  | 8\* | 8\* | 2 | 0\* | 5\* | 8\* |
|  | elati | \* | \* | \* |  |  | \* |  | \* | \* |  |  | \* |  |  |  |  |  | \* | \* |  | \* |  | \* |
|  | on |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Sig. | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .2 | .0 | .0 | .0 | .2 | .2 | .0 |  | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 |
|  | (2- | 0 | 0 | 0 | 2 | 8 | 0 | 6 | 0 | 0 | 3 | 5 | 0 | 2 | 0 | 0 | 5 | 0 | 0 | 7 | 0 | 4 | 0 |
|  | taile | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 0 | 8 | 0 | 1 | 6 | 6 | 6 | 9 | 0 | 0 | 3 | 2 | 7 | 0 |
|  | d) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | N | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
|  |  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| y | Pear | .6 | .5 | .5 | .4 | .2 | .6 | .3 | .7 | .7 | .4 | .4 | .5 | .4 | .2 | .3 | .3 | .8 | 1 | .8 | .4 | .5 | .3 | .8 |
| 1 | son | 8 | 9 | 5 | 4 | 7 | 8 | 2 | 2 | 1 | 4 | 8 | 8 | 1 | 6 | 4 | 0 | 4 |  | 1 | 4 | 6 | 9 | 2 |
| 8 | Corr | 3\* | 9\* | 9\* | 3\* | 7 | 3\* | 2 | 0\* | 7\* | 7\* | 4\* | 7\* | 3\* | 6 | 2 | 3 | 8\* |  | 2\* | 4\* | 0\* | 5\* | 7\* |
|  | elati | \* | \* | \* |  |  | \* |  | \* | \* |  | \* | \* |  |  |  |  | \* |  | \* |  | \* |  | \* |
|  | on |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Sig. | .0 | .0 | .0 | .0 | .1 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .1 | .0 | .1 | .0 |  | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 |
|  | (2- | 0 | 0 | 0 | 1 | 3 | 0 | 8 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 | 5 | 6 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 3 | 0 |
|  | taile | 0 | 0 | 1 | 4 | 8 | 0 | 2 | 0 | 0 | 3 | 7 | 1 | 3 | 5 | 4 | 4 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 |
|  | d) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | N | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
|  |  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| y | Pear | .6 | .4 | .3 | .3 | .1 | .5 | .3 | .6 | .6 | .5 | .4 | .5 | .2 | .3 | .3 | .0 | .6 | .8 | 1 | .4 | .3 | .4 | .7 |
| 1 | son | 3 | 4 | 7 | 2 | 2 | 3 | 8 | 8 | 1 | 3 | 0 | 6 | 5 | 0 | 7 | 7 | 1 | 1 |  | 7 | 5 | 7 | 0 |
| 9 | Corr | 0\* | 7\* | 2\* | 1 | 1 | 8\* | 4\* | 6\* | 0\* | 1\* | 3\* | 8\* | 9 | 0 | 4\* | 5 | 8\* | 2\* |  | 7\* | 4 | 0\* | 9\* |
|  | elati | \* |  |  |  |  | \* |  | \* | \* | \* |  | \* |  |  |  |  | \* | \* |  | \* |  | \* | \* |
|  | on |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Sig. | .0 | .0 | .0 | .0 | .5 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .1 | .1 | .0 | .6 | .0 | .0 |  | .0 | .0 | .0 | .0 |
|  | (2- | 0 | 1 | 4 | 8 | 2 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 6 | 0 | 4 | 9 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 0 |
|  | taile | 0 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 6 | 0 | 0 | 3 | 7 | 1 | 7 | 8 | 2 | 5 | 0 | 0 | 8 | 5 | 9 | 0 |
|  | d) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | N | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
|  |  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| y | Pear | .4 | .4 | .1 | .7 | .4 | .2 | .6 | .3 | .6 | .3 | .5 | .5 | .4 | .3 | .4 | .4 | .3 | .4 | .4 | 1 | .5 | .4 | .6 |
| 2 | son | 4 | 0 | 2 | 2 | 4 | 5 | 6 | 3 | 2 | 6 | 1 | 8 | 4 | 4 | 4 | 9 | 3 | 4 | 7 |  | 3 | 9 | 9 |
| 0 | Corr | 0\* | 4\* | 9 | 9\* | 2\* | 0 | 4\* | 3 | 0\* | 3\* | 0\* | 4\* | 1\* | 7 | 6\* | 4\* | 2 | 4\* | 7\* |  | 8\* | 6\* | 8\* |
|  | elati |  |  |  | \* |  |  | \* |  | \* |  | \* | \* |  |  |  | \* |  |  | \* |  | \* | \* | \* |
|  | on |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Sig. | .0 | .0 | .4 | .0 | .0 | .1 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 |  | .0 | .0 | .0 |
|  | (2- | 1 | 2 | 9 | 0 | 1 | 8 | 0 | 7 | 0 | 4 | 0 | 0 | 1 | 6 | 1 | 0 | 7 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|  | taile | 5 | 7 | 8 | 0 | 4 | 3 | 0 | 2 | 0 | 9 | 4 | 1 | 5 | 0 | 3 | 6 | 3 | 4 | 8 | 2 | 5 | 0 |
|  | d) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | N | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
|  |  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| y | Pear | .4 | .4 | .5 | .5 | .4 | .3 | .4 | .3 | .5 | .0 | .2 | .3 | .4 | .3 | .3 | .5 | .5 | .5 | .3 | .5 | 1 | .4 | .6 |
| 2 | son | 9 | 7 | 0 | 5 | 9 | 5 | 4 | 6 | 6 | 6 | 5 | 2 | 0 | 3 | 3 | 9 | 5 | 6 | 5 | 3 |  | 9 | 7 |
| 1 | Corr | 1\* | 0\* | 9\* | 0\* | 9\* | 3 | 2\* | 7\* | 5\* | 1 | 9 | 9 | 9\* | 5 | 5 | 0\* | 0\* | 0\* | 4 | 8\* |  | 4\* | 1\* |
|  | elati | \* | \* | \* | \* | \* |  |  |  | \* |  |  |  |  |  |  | \* | \* | \* |  | \* |  | \* | \* |
|  | on |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Sig. | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .7 | .1 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 |  | .0 | .0 |
|  | (2- | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1 | 4 | 0 | 5 | 6 | 7 | 2 | 7 | 7 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 0 | 0 |
|  | taile | 6 | 9 | 4 | 2 | 5 | 6 | 4 | 6 | 1 | 1 | 6 | 6 | 5 | 0 | 0 | 1 | 2 | 1 | 5 | 2 | 6 | 0 |
|  | d) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | N | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
|  |  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| y | Pear | .2 | .3 | .3 | .3 | .5 | .2 | .5 | .3 | .4 | .1 | .4 | .5 | .2 | .2 | .2 | .3 | .3 | .3 | .4 | .4 | .4 | 1 | .5 |
| 2 | son | 6 | 0 | 5 | 3 | 2 | 3 | 5 | 3 | 6 | 8 | 8 | 0 | 3 | 1 | 1 | 7 | 6 | 9 | 7 | 9 | 9 |  | 9 |
| 2 | Corr | 4 | 7 | 1 | 7 | 1\* | 3 | 4\* | 9 | 4\* | 9 | 1\* | 7\* | 9 | 4 | 4 | 2\* | 5\* | 5\* | 0\* | 6\* | 4\* |  | 9\* |
|  | elati |  |  |  |  | \* |  | \* |  | \* |  | \* | \* |  |  |  |  |  |  | \* | \* | \* |  | \* |
|  | on |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Sig. | .1 | .0 | .0 | .0 | .0 | .2 | .0 | .0 | .0 | .3 | .0 | .0 | .2 | .2 | .2 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 |  | .0 |
|  | (2- | 5 | 9 | 5 | 6 | 0 | 1 | 0 | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|  | taile | 9 | 9 | 7 | 9 | 3 | 5 | 1 | 7 | 0 | 8 | 7 | 4 | 3 | 6 | 6 | 3 | 7 | 1 | 9 | 5 | 6 | 0 |
|  | d) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | N | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
|  |  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| yt | Pear | .7 | .7 | .5 | .6 | .5 | .6 | .6 | .7 | .8 | .5 | .6 | .7 | .5 | .3 | .4 | .5 | .7 | .8 | .7 | .6 | .6 | .5 | 1 |
| ot | son | 2 | 3 | 2 | 8 | 7 | 7 | 2 | 6 | 6 | 5 | 6 | 3 | 6 | 9 | 9 | 6 | 8 | 2 | 0 | 9 | 7 | 9 |  |
| al | Corr | 4\* | 7\* | 8\* | 0\* | 0\* | 4\* | 5\* | 6\* | 7\* | 0\* | 1\* | 0\* | 5\* | 1\* | 2\* | 1\* | 8\* | 7\* | 9\* | 8\* | 1\* | 9\* |  |
|  | elati | \* | \* | \* | \* | \* | \* | \* | \* | \* | \* | \* | \* | \* |  | \* | \* | \* | \* | \* | \* | \* | \* |  |
|  | on |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Sig. | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 | .0 |  |
| (2- | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| taile | 0 | 0 | 3 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 1 | 3 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| d) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| N | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
|  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

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

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

#### Uji Realibilitas Variabel X1 (Terpaan Media)

|  |  |
| --- | --- |
| **Reliability Statistics** | |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .892 | 11 |

**Uji Realibilitas Variabel X2 (Kualitas informasi)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Reliability Statistics** | |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .888 | 9 |

#### Uji Realibilitas Variabel Y (Perilaku Konsumtif)

|  |  |
| --- | --- |
| **Reliability Statistics** | |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .761 | 23 |

**Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

Unstandardized Residual

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| N | | | 400 |
| Normal Parametersa,b | Mean | | .0000000 |
| Std. Deviation | | 5.86044250 |
| Most Extreme Differences | Absolute | | .070 |
| Positive | | .042 |
| Negative | | -.070 |
| Test Statistic | | | .070 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | | .000c |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) | Sig. | | .036d |
| 99% Confidence Interval | Lower Bound | .031 |
|  | Upper Bound | .041 |

1. Test distribution is Normal.
2. Calculated from data.
3. Lilliefors Significance Correction.
4. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

#### Uji Heteroskedastisitas

**Correlations**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Terpaan\_Medi a | | | | Kualitas\_Informas i | Unstandardize d Residual |
| Spearman' s rho | Terpaan\_Media | Correlatio  n Coefficient | 1.000 | .570\*\* | -.023 |
|  |  | Sig. (2-  tailed) | . | .000 | .651 |
|  |  | N | 400 | 400 | 400 |

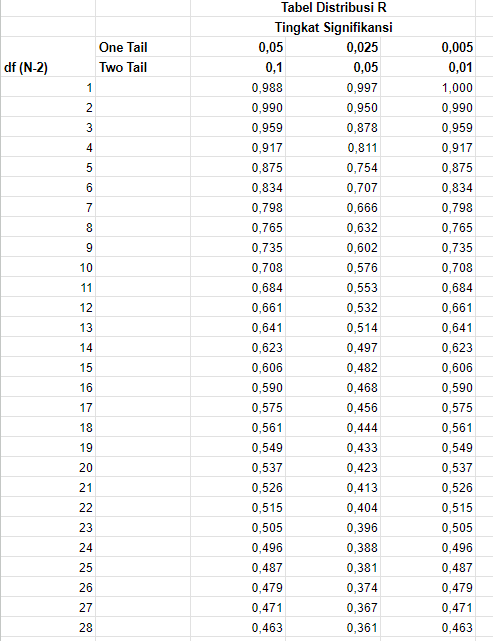
|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Kualitas\_Informas i | Correlatio  n Coefficient | .570\*\* | 1.000 | .027 |
| Sig. (2-  tailed) | .000 | . | .594 |
| N | 400 | 400 | 400 |
| Unstandardized Residual | Correlatio  n Coefficient | -.023 | .027 | 1.000 |
| Sig. (2-  tailed) | .651 | .594 | . |
| N | 400 | 400 | 400 |

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

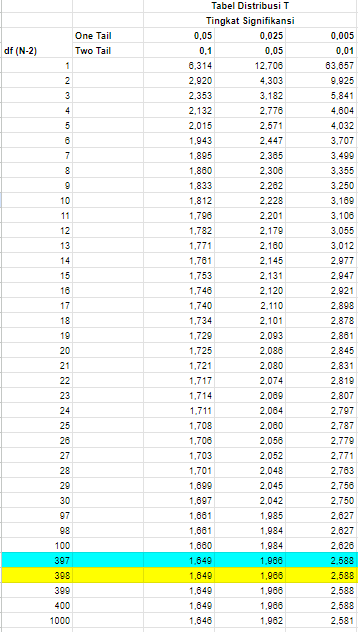
#### Uji Multikolinearitas

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | **Coefficientsa** |  |  |
| Collinearity Statistics | | | | |
| Model |  | Tolerance |  | VIF |
| 1 |  | terpaan media | .658 | 1.521 |
|  |  | kualitas informasi | .658 | 1.521 |
| a. Dependent Variable: perilaku konsumtif | | |  |  |

**LAMPIRAN 4 TABEL DISTRIBUSI R**



**LAMPIRAN 5 TABEL DISTRIBUSI T**



### RIWAYAT HIDUP



#### INFORMASI PRIBADI

Nama : Fadila Salwa Assyiffa

Nama Panggilan : Fadila

Tempat/Tanggal Lahir : Tangerang, 3 Mei 2002 Usia : 19 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Mahasiswa

Agama : Islam

Alamat KTP : Jl. Selapajang Jaya Perumahan Bandaramas Blok X06

No Tlp 081316171028

E-Mail : [assyiffasalwa@gmail.com](mailto:assyiffasalwa@gmail.com)

Media Sosial : Instagram (@fadilasalwaa)

#### PENDIDIKAN

(2016-2019) SMA Yuppentek 1 Cikokol Kota Tangerang

(2019-Sekarang) Universitas Gunadarma Karawaci-Ilmu Komunikasi

#### PENGALAMAN

Magang di Star Radio 1073FM Tangerang (Bagian Divisi Digital Media) Magang di Mahkamah Agung Republik Indonesia (Bagian Divisi Humas)

152