

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, E. P. (2016). Pengaruh Kreativitas Iklan, Unsur Humor, dan Kualitas Pesan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Aqua “Versi Ada Aqua.” *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(2), 144–153.
- Agustini, A., Bakti, R., & Olinfia, A. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador*, Iklan dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Beli di Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE GICI Depok). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 3937–3951.
- Akakip, F. E. D., Ariwijaya, H., & Milang, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Santika Luwuk. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 9(1), 485–500.
- Ambassador, P. B., Beli, M., Terhadap, D. A. N. T., S, M. H., & Sriyanto, A. (2018). (*Studi pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018*). April.
- Andiyaksa, M., & Khasanah, I. (2017). Pengaruh Pesan Iklan, Kreativitas Iklan, Kredibilitas *Celebrity Endorser* dan Media Komunikasi Terhadap Efektivitas Iklan dalam Menumbuhkan *Brand Awareness* Produk Sampo Lifebuoy. *Diponegoro Journal of Management*, 6(2), 134–144.
- Anggraeni, A. R. dan Soliha, E. (2020). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Jurnal Al-Tijarah*. 6(3), 96-107.
- Anggraeni, A. R. dan Soliha, E. (2020). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Jurnal Al-Tijarah*. 6(3), 96-107.
- Aprinta, G. (2016). Pemanfaatan Facebook Ads Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* pada Produk Lokal. *Jurnal The Messenger*, 8(1), 68. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v8i1.310>
- Astiyanti, G. A. (2015). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kreativitas Iklan dan Kredibilitas Endorser Terhadap Efektivitas Iklan dan Minat Beli pada Minuman Serbuk Buah Merek Nutrisari (Studi pada Masyarakat di Kota Malang. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*.
- Aurellia, D., & Sidharta, H. (2023). Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian melalui Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi pada Produk Skincare Lokal. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 8(1), 93–101.
- Brestilliani, L., & Suhermin, S. (2020). Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Ambassador*, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Online pada Marketplace Shopee (Studi pada Mahasiswa Stiesia). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(2).
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan. Udayana University.
- Damayanti, R. (2018). *Diksi dan Gaya Bahasa dalam Media Sosial Instagram*.
- Dewi, A. M. (2018). Pengaruh Iklan Online Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Peningkatan Penjualan Produk Kuliner Lokal. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadika*, 3(1), 3.
- Dhaefina, Z., AR, M. N., Pirmansyah, P., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Brand Image*, dan Testimoni terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 43–48.
- Falah, T. A. F. (2020). Pengaruh Kreativitas Iklan dan Negara Asal Terhadap Niat Beli dan Keputusan Pembelian Mobil. *Bulletin of Management and Business*, 1(2),

- 11–23.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi ke lima. Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 23. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares, Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan Program Smartpls 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Habibi, M. (2014). Pengaruh Dimensi Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Blackberry di Purworejo. *SEGMENT: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1. a).
- Hakim, L. L., & Keni, K. (2020). Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image* dan *Customer Perceived Value* terhadap *Purchase Intention*. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 4(3), 81–86.
- Hamid, A., & Zubair, M. K. (2019). Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah. *BALANCA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(1), 16–34.
- Handaruwati, I., & Dewi, A. M. (2018). Pengaruh Viral Marketing Melalui Instagram terhadap Minat Beli Produk Camilan Khas Daerah Secara Online. *BBM (Buletin Bisnis & Manajemen)*, 4(2), 125–138.
- Harahap, L. K., & Pd, M. (2020). Analisis SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan SMARTPLS (*Partial Least Square*). *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, 1(1), 1–11.
- Hidayat, D. S., & Norvelita, L. R. (2022). Efektivitas Iklan Sebagai Pemeditasi Serta Celebrity Endorser Sebagai Pemoderator Keputusan Pembelian Konsumen. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 4(1), 52–63.
- Insani, E. P., Ferdinand, A. T., & Sugiono, S. (2013). *Analisis Pengaruh Kenyamanan Terhadap Minat Beli Secara Online (Pada Pemesanan Tiket KA Online Melalui Website PT. KAI)*. UNDIP: Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Insani, N. A. dan Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Gofood di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi)*. 4(3), 112-122.
- Iryani, I., Yulianto, H., & Nurpadilah, L. (2022). Pengaruh Tunjangan Kinerja terhadap Kinerja Pegawai melalui Kepuasan Kinerja Sebagai Variabel Mediasi. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 343–354.
- Instagram, P. I., Hidup, G., Awareness, B., Minat, T., & Produk, B. (2023). *Bursa : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 2(1).
- Kanserina, D., Haris, I. A., & Nuridja, I. M. (2015). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Tahun 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1).
- Kartana, D., Setiawan, J. N., & Suyasa, P. T. Y. S. (2018). Pengembangan Alat Ukur Kreativitas Verbal “C”(Studi Pada Mahasiswa Jurusan Periklanan). *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 2(2), 660–670.
- Khotimah, K., & Febriansyah, F. (2018). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen dan Kreativitas Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Online-Shop. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 19–26.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke enam belas. Jakarta : Airlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Edisi ke lima belas. Jakarta : Airlangga.
- Legasari, V. E., Indarti, S., & Restuti, S. (2013). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kreativitas Iklan dan Kredibilitas Endorser Terhadap Efektivitas Iklan dan Sikap Konsumen

- pada Sabun Pemutih Wajah Merek Oil Of Olay di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi*, 21(03).
- Luthfi, A., & Hapsari, S. A. (2017). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Perumahan Green Tegal Gede Residence. 477-485. Jember : UNEJ e-Proceeding.
- Mardiani, N. F., Wijayanto, H., & Santoso, E. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Informasi, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Martin Paris di Ponorogo. *ASSET: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1).
- Marpaung, I., & Winarto, W. (2018). Pengaruh Pengembangan Karir terhadap Penilaian Prestasi Kerja (Studi Kasus Pada Pt. PIn (Persero) Wilayah Sumatera Utara). *Jurnal Ilmiah METHONOMI*, 4(1), 79–86.
- Maupa, H. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Makassar. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 16(2), 135–168.
- Meidiyustiani, R. (2016). Pengaruh Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Likuiditas terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. 5(2), 41- 59.
- Mufti, D., Rokhimah, R., Hasrun, A., & Kahinah, D. I. (2022). Pengaruh Kreativitas Iklan dan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Pada Online Shop Hara Sorong). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(12), 3709–3726.
- Mulyanto, J. J. (2019). Pengaruh *Brand Awareness* dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Pokpiah Surabaya Di Wilayah Surabaya Barat. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 4(1), 180–187.
- Nasrullah, M., & Remmang, H. (2022). *Indonesian Journal of Business and Management Brand Trust Sebagai Variabel Intervening The Influence of Advertising and Brand Image Through Cunsumer Buying Interest with Brand Trust as an Intervening Variable*. 5(1), 11–17. <https://doi.org/10.35965/jbm.v5i1.1858>.
- NapoleonCat. (2023). *Instagram Users in Indonesia*. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2023/01/>. [23 September 2023].
- Natalia, R. (2014). Pengaruh *Sustainability Reporting* terhadap kinerja Keuangan Perusahaan Publik dari Sisi *Profitability Ratio*. *Business Accounting Review*, 2(1), 111–120.
- Noor, S. (2014). Penerapan Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang (Studi Kasus pada PT. Astra International Tbk.– Daihatsu Malang). *Jurnal INTEKNA: Informasi Teknik dan Niaga*, 14(2).
- Pamungkas, M. C., Probowati, B. D., & Maflahah, I. (2014). Pengukuran Preferensi Konsumen Bakso. *Agrointek: Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 8(1), 32–39.
- Pangestu, P., Ruspitasari, W. D. R., & Handoko, Y. (2023). Pengaruh Iklan Instagram, Gaya Hidup, dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Beli Produk Selkom-C. *Bursa: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 130–144.
- Pradana, D., Hudayah, S. dan Rahmawati. (2017). Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor. *Jurnal Kinerja*. 14(1), 16-23.
- Purnama, I. (2020). Pengaruh Promosi Online dan Endorsmen Selebgram Terhadap Minat Beli Konsumen. *Youth & Islamic Economic*, 1(02), 14–20.
- Puspita, Y., Widyastuti, S., & Miranda, A. (2023). Pengaruh *Beauty Vlogger Review* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik pada Generasi Y dan Z Dengan Variabel Citra Merek Sebagai Variabel Intervening.

- Jemba: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(6), 983–998.
- Putra, A. H. P. K., Ridha, A., & As' ad, A. (2018). Celebrity Endorser pada Jejaring Sosial Instagram Untuk Menarik Minat Pembelian Calon Konsumen. *Jurnal Economic Resource*, 1(1), 86–89.
- RAP, M., & Iriani, S. S. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. *Diponegoro Journal Of Management*.
- Riandy, D., & Oktavianti, R. (2019). Strategi Kreatif Iklan Online Shop Aksesoris Wanita di Media Sosial Instagram (Studi Pada Akun@ Summerciti_Id Dan@ Neve_Blink). *Prologia*, 3(1), 74–79.
- Riswanto, R., Ideliana, A., & Kholipah, S. (n.d.). Media Iklan Menggunakan Aplikasi Adobe After Efek Guna Penunjang Informasi dan Promosi Di CV. Yuka Production Kota Tangerang. *Cyberpreneurship Innovative and Creative Exact and Social Science*, 3(1), 11–23.
- Sabna, E., & Muhandi. (2016). Penerapan Data Mining untuk Memprediksi Prestasi Akademik Mahasiswa berdasarkan Dosen, Motivasi, Kedisiplinan, Ekonomi, dan Hasil Belajar. *Jurnal CoreIT: Jurnal Hasil Penelitian Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi*, 2(2), 41-44.
- Sahla, H., Sayuti, M., Syahputra, R., & Arif, A. (2019). Konsep Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Pionir*, 5(2).
- Shinta, A., & Putri, K. Y. S. (2021). Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Bintang Emon pada Pengguna Instagram. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 98–122.
- Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 83–88.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif. Edisi ke dua, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suhono, T., & Fatta, H. A. (2021). Penyusunan Data Primer sebagai Dasar Interoperabilitas Sistem Informasi pada Pemerintah Daerah Menggunakan Diagram RACI (Studi Kasus : Pemerintah Kabupaten Purworejo). *Jnanaloka*, 2(1), 35-44.
- Sundalangi, M., Mandey, S. L. dan Jorie, R. J. (2014). Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Pizza Hut Manado. *Jurnal EMBA*. 2(1), 234-352.
- Thejaya, I. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Pada Manna Kopi. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 4(3), 468–478.
- Utami, D. I. (2022). Pengaruh Daya Tarik Celebrity Endorser, Kredibilitas Celebrity Endorser, Kreativitas Iklan Dan Kemenarikan Pesan Iklan Terhadap Niat Beli Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(3), 391–402.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (studi deskriptif pada akun@ subur_batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2), 271–278.
- Wibowo, D. H., & Zainul Arifin, S. (2015). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1).
- Widiawati, A., & Syafii, M. I. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Penjualan Melalui Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian pada Laundry 5ASEC Cabang Makassar. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(2).
- Wijayanti, W. S., & Razak, N. (2017). Pengaruh Karakteristik Individu dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Pegawai.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

1. Kuesioner Penelitian Offline

KUESIONER PENELITIAN

Tanggal Wawancara :/...../2023.

NO. KUESIONER :

**Pengaruh Kreativitas Iklan, *Brand Awareness* dan Harga terhadap
Minat Beli Konsumen
(Studi Kasus pada *Diavo By Avocado Makassar*)**



OLEH :

AISWARIA (G021201106)

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

Petunjuk Pengisian Kuesioner

**Kuesioner Penelitian Pengaruh Kreativitas Iklan, *Brand Awareness* dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen
(Studi Kasus pada *Diavo By Avocado Makassar*)**

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Aiswaria mahasiswi Program Studi S1 Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin. Dalam rangka penyusunan tugas akhir/skripsi sebagai syarat penyelesaian studi, sehubungan dengan maksud tersebut saya sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk menjawab pertanyaan dengan sungguh-sungguh dan se-objektif mungkin sebagai responden.

Data yang diperoleh akan dijadikan sebagai bahan penyusunan tugas akhir dan seluruh identitas serta jawaban yang diberikan akan dijaga kerahasiannya dan digunakan untuk keperluan penelitian saja. Bantuan atas kesediaan dan partisipasinya merupakan sumbangan yang sangat berharga bagi penelitian ini, oleh karena itu saya ucapkan banyak terima kasih.

Salam Hormat,
Peneliti

A. Kriteria Responden

1. Pernah membeli produk Avocado Makassar minimal 3 kali
2. Pernah melihat iklan pada akun Instagram Avocado Makassar
3. Berusia minimal 17 tahun

B. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : 1. Laki-Laki 2. Perempuan
3. Umur :
4. Pekerjaan :
5. Pendidikan Terakhir :

C. Pernyataan/Pertanyaan Kuesioner

No.	Pernyataan	SS	S	CS	KS	TS
A. Kreativitas Iklan						
1.	Iklan di media sosial Instagram Diavo By Avocado Makassar original atau tidak meniru keseluruhan ide iklan merek lain					
2.	Iklan di media sosial Instagram Diavo By Avocado Makassar menampilkan hal yang tidak terduga (alur dalam iklan yang tidak disangka-sangka) sehingga menarik untuk disaksikan hingga akhir					
3.	Iklan di media sosial Instagram Diavo By Avocado Makassar menggunakan kata-kata yang jelas dan memberikan informasi pesan iklan dengan baik sehingga mudah dipahami					
B. Brand Awareness						
4.	Ketika seseorang bertanya tentang toko buah online di Kota Makassar, Diavo By Avocado Makassar menjadi salah satu produk yang muncul dalam pikiran Anda					
5.	Anda dapat mengenali produk Diavo By Avocado Makassar dari logo berbentuk buah alpukat yang ditampilkan pada media sosial Instagram Diavo By Avocado Makassar					
6.	Anda dapat mengenali dan mengingat Diavo By Avocado Makassar karena memiliki nama/merek yang mudah diingat					
7.	Diavo By Avocado Makassar menjadi pilihan utama ketika ingin membeli buah karena memiliki citra yang baik di masyarakat					
8.	Diavo By Avocado Makassar menjadi pilihan ketika ingin membeli buah karena saluran distribusi dari produk yang dijual sangat luas					
9.	Saat mengonsumsi produk buah merek lain, Anda akan mengingat produk Diavo By Avocado Makassar					
C. Harga						
10.	Anda membeli buah di Diavo By Avocado Makassar karena harganya terjangkau					
11.	Anda membeli buah di Diavo By Avocado Makassar karena harganya sesuai dengan kualitas produk yang tersedia					
12.	Anda membeli buah di Diavo By Avocado Makassar karena harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan harga buah di tempat lain					
D. Minat Beli						
13.	Anda berminat untuk membeli produk Diavo By Avocado Makassar dalam waktu dekat (kurun waktu 1 bulan kedepan)					
14.	Anda akan mereferensikan Diavo By Avocado Makassar kepada orang lain yang akan membeli buah					
15.	Anda lebih tertarik untuk membeli buah di Diavo By Avocado Makassar dibandingkan di tempat lain					
16.	Jika ingin membeli kembali di Diavo By Avocado Makassar, saya ingin mencoba produk dengan varian berbeda					

Keterangan :

- Sangat Setuju (SS)
- Setuju (S)
- Cukup Setuju (CS) d
- Kurang Setuju (KS)
- Tidak Setuju (TS)

~SELAMAT BEKERJA~

2. Kuesioner Penelitian Online

Assalamu'alaikum, Wr.Wb.

Perkenalkan saya Aiswaria, mahasiswi semester akhir Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin, yang sedang melakukan penelitian dalam rangka memenuhi tugas akhir/skripsi yang

berjudul "Pengaruh Kreativitas Iklan, Brand Awereness, dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Avocado Makassar).

Sehubungan dengan maksud tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk menjadi partisipan pada penelitian ini.

Kriteria partisipan yang dibutuhkan adalah:

- Pernah membeli produk Avocado Makassar minimal 3 kali
- Pernah melihat iklan pada akun Instagram Avocado Makassar
- Berusia minimal 17 tahun

Data yang diberikan hanya akan digunakan untuk keperluan akademik semata. Bagi Bapak/Ibu/Saudara(i) yang sesuai kriteria dan bersedia untuk berpartisipasi, silahkan mengisi link berikut.

<https://bit.ly/yukbantuayslulus>

Atas partisipasi dan perhatian Bapak/Ibu/Saudara(i), saya ucapkan terima kasih banyak✧✧

Wassalamualaikum, Wr.Wb.

Contact person:

IG: @aysskmn_

Kuesioner Penelitian Pengaruh Kreativitas Iklan, Brand Awareness, dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Diavo By Avocado Makassar)

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Perkenalkan saya Aliswaria mahasiswa Program Studi Agribisnis, Universitas Hasanuddin. Saat ini saya sedang melakukan penyelesaian tugas akhir/skripsi yang berjudul "Pengaruh Kreativitas Iklan, Brand Awareness, dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Diavo By Avocado Makassar)".

Sehubungan dengan maksud tersebut, saya sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk mengisi kuesioner ini dengan sungguh-sungguh dan se-objektif mungkin.

Data yang diperoleh akan dijadikan sebagai bahan penyusunan tugas akhir dan seluruh identitas serta jawaban yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan untuk keperluan penelitian saja.

Bantuan atas kesediaan dan partisipasinya merupakan sumbangan yang sangat berharga bagi penelitian ini, oleh karena itu saya ucapkan banyak terima kasih.

Salam Hormat,
Peneliti

Lampiran 2. Identitas Responden

1. Wawancara Online

No	Nama	Umur (Tahun)	Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Instagram
1.	Nurul Wahdaniyah	21	P	S1	Mahasiswa	@nwhadaniyah
2.	Alya Atika	21	P	SMA	Mahasiswa	@aalyaatikabasri
3.	Rhizka	21	P	SMA	Mahasiswa	@rhizkasp
4.	Reski Nurlia Sari	21	P	S1	Karyawan Swasta	@reskisari
5.	Nur Ilmi Qaimah	21	P	SMA	Mahasiswa	@ilmiqaimah
6.	Wahida	23	P	SMA	Mahasiswa	@wahidaida127
7.	Radiyah Auliah Muhlis	21	P	S1	Honoror	@rdiahaul_
8.	Syarah Yasmin Mahfuzah	21	P	SMA	Mahasiswa	@syarahyasmin_
9.	Nurfadillah Idil	21	P	SMA	Mahasiswa	@nurfadillahidil
10.	Nurul Auliah	21	P	SMA	Mahasiswa	@nurulauliah
11.	Dinda Amalia	21	P	SMA	Mahasiswa	@dndamalia
12.	A. Putri Aulia	21	P	SMA	Mahasiswa	@putriaulia
13.	Fikriyah Washyilah	21	P	SMA	Mahasiswa	@fikriyahwashyilah
14.	Mirwan	20	L	SMA	Mahasiswa	@mirwan
15.	Azzahra Beladina	21	P	SMA	Mahasiswa	@azzahrabeladina
16.	Alfia	21	P	SMA	Mahasiswa	@alfiahmuslim
17.	Wahida	38	P	S1	ASN	@wahidamuchtar31
18.	Nur Afifah Sulfitri	21	P	SMA	Mahasiswa	@afifah
19.	Idma Amaliah	23	P	S1	Karyawan Swasta	@idmaamaliah
20.	Muhammad Adrian M	20	L	SMA	Mahasiswa	@adrianmaulana
21.	Nuran	23	P	S1	Mahasiswa	@nuranmanal
22.	Eliana Asma	21	P	SMA	Mahasiswa	@elianaasma
23.	Wahyuni Aulia	21	P	SMA	Mahasiswa	@whyuniaulia
24.	Maya	23	P	SMA	Mahasiswa	@indmaysri
25.	Andi Nurul Fatwani	22	P	S1	Freelance	@andinurulfatwani
26.	Farah Ramadhani	23	P	SI	Karyawan Swasta	@farhahramadhani
27.	Risnawati	22	P	S1	Karyawan	@wrisna789
28.	Warda Wiyana Habir	21	P	SMA	Mahasiswa	@danabir.wawiha
29.	Mila Amelia Putri	21	P	SMA	Mahasiswa	@milaameliap
30.	Sofia Uswatunhasanah	21	P	D3	Radiografer	@sofiauswatunhasanah_
31.	Nurul Hijrah	20	P	SMA	Mahasiswa	@nurulhijrah_
32.	Nurul Prima Ilmi	21	P	S1	Mahasiswa	@nurulprimailmi_
33.	Rizky Aulia Dzuhri	21	P	SMA	Mahasiswa	@rizkyauliaadz
34.	Almukhalik Arya Saputra	21	L	SMA	Mahasiswa	@aryasaputra117
35.	Sharafina Maharani	21	P	D3	Mahasiswa	@shrfnamhrni
36.	Widia Tandi Ayu	21	P	SMA	Mahasiswa	@widiatandiyayu
37.	Siti Sri Auliah	21	P	SMA	Mahasiswa	@ssaulia
38.	Mulyana	21	P	S1	Freelance	@mlynaa_
39.	Nurmiyanti Resky	21	P	SMA	Mahasiswa	@nuriyantiresky
40.	Dea Annisa Mahmudah	21	P	SMA	Mahasiswa	@deaannisa
41.	Erika	21	P	SMA	Mahasiswa	@erhijab.mks
42.	Murniati	43	P	SMP	IRT	@murniati.mirajuddin
43.	Nuramaliya	21	P	SMA	Mahasiswa	@nuramaliyaa_
44.	Wiranti Maripadang	21	P	SMA	Mahasiswa	@wirantimaripadang
45.	Maryam	21	P	SMA	Mahasiswa	@maryamrl_
46.	Nur Afni Syahrin	21	P	SMA	Mahasiswa	@nurafnisyahrin
47.	Huriah Karima	22	P	SMA	Mahasiswa	@huriahkrm
48.	Chiya Idil	37	P	S1	ASN	@chiyaidil_
49.	Afifah Nuryasyarah	27	P	S1	IRT	@afifahsy_
50.	Wahyu	27	L	S1	Karyawan Swasta	@wahyudinata98

2. Wawancara Offline

No	Nama	Umur (Tahun)	Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Instagram
1.	Ummu Kalsum	24	P	S1	Karyawan Swasta	@ummukalsum_23
2.	Sispa Dasilpa	23	P	S1	Honoror	@sispadasilpa_
3.	Ritnawati Annas	33	P	S1	Dokter Gigi	@ritnawatiannas_
4.	Icha Rosnita	25	P	S1	Karyawan Swasta	@icharosnita
5.	Hardiyanti Usman	32	P	S1	Dokter Gigi	@hardiyantiusman
6.	Irmawati	32	P	D3	ASN	@irmaaysyahputri
7.	Lince	36	P	SMA	IRT	@lince6439
8.	Riki Andriadi	25	L	S1	Karyawan Swasta	@rikiandriadi
9.	Zahra ramadhani	18	P	SMP	Pelajar	@yourrara
10.	Rifkayanti	28	P	S1	IRT	@rifkaa
11.	Anton Maulana	29	L	S1	Karyawan Swasta	@antonmaulana
12.	Annisa Faradilah	20	P	SMA	Mahasiswa	@annisafaradilahbasr
13.	Linda Sari	23	P	S1	Karyawan Swasta	@_lindaasr
14.	Andi Siti Hadijah	21	P	SMA	Mahasiswa	@andisitihadijah
15.	Rahma Yanti	30	P	S1	Apoteker	@rahma.yanti11
16.	Adhelia Ramadhani A	21	P	SMA	Mahasiswa	@adeliasis
17.	Umra Maripadang	29	P	S1	ASN	@umramaripadang_
18.	Vika Wulandari	25	P	S1	Karyawan Swasta	@vikawulandri
19.	Sintiah Sari	26	P	S1	Karyawan Swasta	@sintias27
20.	Adrian	25	L	S1	Karyawan Swasta	@adriansalam_
21.	Riscahyani	23	P	S1	Karyawan Swasta	@rschyanii
22.	Roswinda Annas	20	P	SMA	Mahasiswa	@windaannas
23.	Nova	25	P	S1	Bidan	@novasukardy13
24.	Riska Ramid	23	P	S1	Karyawan Swasta	@rizkaramid
25.	Eka Wahyuni	26	P	S1	IRT	@jihansukri31
26.	Lisa Syahrizah	27	P	S1	Apoteker	@lizasyahrizah
27.	Sukma	24	P	S1	Freelance	@sukmha07
28.	Nati	37	P	S2	ASN	@wwwnhatysweet
29.	Mita Lestari	24	P	S1	Karyawan BUMN	@mhitaa
30.	Mifthahul Jannah	25	P	S1	IRT	@mifthulljnnh_
31.	Khaira Khairunnisa	27	P	S1	Wirausaha	@khairunnisak
32.	Whandi	25	L	S1	Karyawan Swasta	@whandyinst_
33.	Fadiyah Aqilah	23	P	S1	Karyawan Swasta	@_fadiaaqilah
34.	Aqilah Humairah	27	P	S1	ASN	@Aqilah91_
35.	Nurasizah	24	P	S1	Karyawan Swasta	@iamm_inaaa
36.	Nurfadillah	23	P	D3	ASN	@nrfaadllah
37.	Nurul Aqirah	21	P	S1	Karyawan Swasta	@aqirahn
38.	A.Fiqriani Pertiwi	23	P	S1	IRT	@fqrianiprtwi
39.	Marwah Umar	24	P	S1	Karyawan BUMN	@marwaah_umrr
40.	Rifqa Ali	26	P	S1	Wirausaha	@ralinhs_
41.	Arniza	21	P	SMA	Mahasiswa	@arnizaaa6
42.	Hasma	25	P	S1	Honoror	@hasmaaaa572_
43.	Kasma Melyani	21	P	S1	Mahasiswa	@kasmamelyani
44.	Aulia	26	P	S1	IRT	@a_uull
45.	Nurul Izzah	23	P	S1	Wirausaha	@Nrlzzh
46.	Shafira	27	P	D3	Karyawan Swasta	@shfsky
47.	Miftahurrohmah	24	P	SMA	IRT	@miftaa8_
48.	Irsandy Syaputra	35	L	SMA	Karyawan BUMN	@irsandy_syaputra
49.	Nudiatul	21	P	SMA	Mahasiswa	@nudiatull_
50.	Mutmainnah	27	P	S1	Karyawan Swasta	@mutma_innah1

Lampiran 3. Hasil Kuesioner Kreativitas Iklan (X1) dan *Brand Awareness* (X2)

No	X1.1	X1.2	X1.3	Jumlah	Rata-Rata	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Jumlah	Rata-Rata
1.	5	5	5	15	5	5	5	5	3	3	4	25	4,1
2.	5	4	3	12	4	4	3	3	3	3	3	19	3,1
3.	3	3	2	8	2,6	4	3	3	3	3	4	20	3,3
4.	3	3	4	10	3,3	3	5	5	5	3	3	24	4
5.	4	4	5	9	3	3	3	3	4	4	4	21	3,5
6.	5	4	4	9	3	4	4	4	4	4	4	24	4
7.	4	5	3	12	4	5	5	5	4	3	4	26	4,3
8.	5	5	4	14	4,6	5	3	3	5	5	3	24	4
9.	4	4	4	12	4	4	4	4	3	3	4	22	3,6
10.	4	4	4	12	4	4	4	4	5	5	4	26	4,3
11.	4	4	4	12	4	4	5	5	4	4	4	26	4,3
12.	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	30	5
13.	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	30	5
14.	3	3	3	9	3	5	5	5	5	5	5	30	5
15.	4	4	2	10	3,3	4	4	4	4	4	4	24	4
16.	5	5	4	14	4,6	4	5	5	4	4	4	26	4,3
17.	4	4	4	12	4	5	4	4	4	4	4	25	4,1
18.	3	4	4	11	3,6	5	5	5	5	5	5	30	5
19.	4	4	4	12	4	4	4	4	3	3	3	21	3,5
20.	4	4	4	12	4	4	4	4	3	3	3	21	3,5
21.	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	24	4
22.	4	4	4	12	4	5	4	4	5	5	5	28	4,6
23.	2	3	3	8	2,6	5	5	5	4	4	4	27	4,5
24.	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	2	22	3,6
25.	4	5	5	14	4,6	4	5	5	5	4	4	27	4,5
26.	4	4	4	12	4	2	2	2	3	3	3	15	2,5
27.	3	4	4	11	3,6	4	4	4	3	3	3	21	3,5
28.	4	5	5	14	4,6	5	5	5	4	4	4	27	4,5
29.	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	30	5
30.	5	5	4	14	4,6	4	5	5	3	3	3	23	3,8
31.	5	5	5	15	5	4	4	4	4	4	4	24	4
32.	5	5	5	15	5	4	4	4	5	5	4	26	4,3
33.	4	5	5	14	4,6	4	5	5	4	4	4	26	4,3
34.	4	4	4	12	4	4	5	5	5	3	4	26	4,3
35.	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	24	4
36.	4	4	4	12	4	4	4	4	4	3	5	24	4
37.	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	30	5
38.	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	2	22	3,6
39.	4	5	5	14	4	4	5	5	4	4	5	27	4,5
40.	4	4	3	11	3,6	4	4	4	3	4	4	23	3,8
41.	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	30	5
42.	4	4	4	12	4	5	4	4	3	3	3	22	3,6
43.	4	4	4	12	4	4	4	4	4	3	3	22	3,6
44.	5	4	4	13	4,3	3	4	4	3	4	3	21	3,5
45.	3	4	4	11	3,6	3	3	3	3	2	3	17	2,8
46.	4	4	3	11	3,6	4	5	5	4	3	4	25	4,1
47.	3	3	3	9	3	3	3	3	2	3	2	16	2,6
48.	4	4	4	12	4	5	4	4	4	4	2	23	3,8
49.	4	5	5	14	4,6	5	5	5	4	4	5	28	4,6
50.	4	4	5	14	4,6	5	5	5	4	5	3	27	4,5

Keterangan :

- X1.1 = Iklan di media sosial Instagram Diavo *By Avocado* Makassar original atau tidak meniru keseluruhan ide iklan merek lain
- X1.2 = Iklan di media sosial Instagram Diavo *By Avocado* Makassar menampilkan hal yang tidak terduga (alur dalam iklan yang tidak disangka-sangka) sehingga menarik untuk disaksikan hingga akhir
- X1.3 = Iklan di media sosial Instagram Diavo *By Avocado* Makassar menggunakan kata-kata yang jelas dan memberikan informasi pesan iklan dengan baik sehingga mudah dipahami
- X2.1 = Ketika seseorang bertanya tentang toko buah di Kota Makassar, Diavo *By Avocado* Makassar menjadi salah satu produk yang muncul dalam pikiran Anda
- X2.2 = Anda dapat mengenali produk Diavo *By Avocado* Makassar dari logo berbentuk buah alpukat yang ditampilkan pada media sosial Instagram Diavo *By Avocado* Makassar
- X2.3 = Anda dapat mengenali Diavo *By Avocado* Makassar dari iklan yang identik dengan hijau muda di media sosial Instagram Diavo *By Avocado* Makassar
- X2.4 = Anda dapat mengenali Diavo *By Avocado* Makassar dari *jingle* dan tagline “*Good Mood Good Fruits*” di media sosial Instagram Diavo *By Avocado* Makassar
- X2.5 = Diavo *By Avocado* Makassar menjadi pilihan utama saat Anda akan membeli buah
- X2.6 = Saat mengonsumsi produk buah merek lain, Anda akan mengingat produk buah Diavo *By Avocado* Makassar

Lampiran 4. Hasil Kuesioner Harga (X3) dan Minat Beli (Y)

No.	X3. 1	X3. 2	X3. 3	Jumlah	Rata-Rata	Y1. 1	Y1. 2	Y1. 3	Y1. 4	Jumlah	Rata-Rata
1.	4	5	5	14	4,6	5	4	3	5	17	4,2
2.	4	3	4	11	3,6	3	3	3	3	12	3
3.	5	4	4	13	4,3	4	3	3	3	13	3,2
4.	3	5	3	11	3,6	3	3	3	3	12	3
5.	3	3	3	9	3	4	3	3	4	14	3,5
6.	4	4	5	13	4,3	4	4	4	4	16	4
7.	5	5	5	15	5	5	5	4	5	19	4,7
8.	3	5	5	13	4,3	5	5	3	5	18	4,5
9.	3	3	3	9	3	3	4	4	3	14	3,5
10.	4	4	3	11	3,6	4	4	4	4	16	4
11.	5	4	5	14	4,6	5	5	5	5	20	5
12.	4	5	4	13	4,3	5	5	5	5	20	5
13.	5	5	5	15	5	5	4	4	4	17	4,2
14.	4	5	5	14	4,6	4	4	4	5	17	4,2
15.	5	4	4	13	4,3	4	3	4	4	15	3,7
16.	4	3	4	11	3,6	4	4	3	4	15	3,7
17.	4	5	4	13	4,3	5	5	4	4	18	4,5
18.	5	5	5	15	5	5	5	5	5	20	5
19.	3	4	3	10	3,3	3	3	3	3	12	3
20.	3	4	4	9	3	4	4	2	4	14	3,5
21.	5	4	5	14	4,6	5	5	4	4	18	4,5
22.	5	5	5	15	5	5	5	5	5	20	5
23.	4	4	4	12	4	3	3	3	3	12	3
24.	3	3	3	9	3	4	4	3	4	15	3,7
25.	5	5	5	15	5	5	5	4	5	19	4,7
26.	4	4	4	12	4	4	4	3	3	14	3,5
27.	4	4	4	12	4	3	3	3	3	12	3
28.	5	5	5	15	5	4	4	4	4	16	4
29.	5	5	5	15	5	5	5	5	5	20	5
30.	3	3	3	9	3	4	4	4	3	15	3,7
31.	4	4	4	12	4	3	4	3	4	14	3,5
32.	3	3	4	10	3,3	4	5	4	5	18	4,5
33.	3	3	4	10	3,3	4	4	4	4	16	4
34.	4	5	5	14	4,6	5	5	3	5	18	4,5
35.	4	5	5	14	4,6	5	5	4	5	19	4,7
36.	3	4	5	12	4	4	4	3	4	15	3,7
37.	4	4	5	13	4,3	4	4	4	5	17	4,2
38.	4	5	5	14	4,6	4	4	3	4	15	3,7
39.	5	4	5	14	4,6	5	5	4	4	18	4,5
40.	3	3	4	10	3,3	4	4	4	3	15	3,7
41.	5	5	5	15	5	5	4	4	5	18	4,5
42.	4	5	4	13	4,3	4	4	3	4	15	3,7
43.	4	4	4	12	4	4	4	3	4	14	3,5
44.	3	2	4	9	3	4	4	4	3	15	3,7
45.	3	5	3	11	3,6	3	4	2	3	12	3
46.	4	4	4	12	4	4	4	3	4	15	3,7
47.	3	3	2	8	2,6	2	3	3	3	14	3,5
48.	3	5	4	12	4	4	4	3	4	15	3,7
49.	5	4	5	14	4,6	5	5	5	5	20	5
50.	5	4	4	12	4	4	5	5	5	19	4,7
51.	2	4	2	8	2,6	4	4	4	4	16	4

52.	5	5	5	15	5	5	5	5	5	20	5
53.	4	5	4	13	4,3	4	5	4	4	17	4,2
54.	4	4	4	12	4	4	4	4	4	16	4
55.	4	5	4	13	4,3	4	5	4	5	18	4,5
56.	5	5	4	14	4,6	4	5	5	5	19	4,7
57.	4	4	4	12	4	4	4	4	4	16	4
58.	3	5	4	12	4	4	5	5	5	19	4,7
59.	3	3	4	10	3,3	4	4	3	3	14	3,5
60.	4	4	4	12	4	4	5	5	4	18	4,5
61.	5	5	4	14	4,6	5	5	5	5	20	5
62.	5	5	5	15	5	5	5	4	5	19	4,7
63.	4	4	4	12	4	3	3	3	4	13	3,2
64.	4	4	4	12	4	4	4	4	4	16	4
65.	4	5	5	14	4,6	5	4	4	4	17	4,2
66.	5	5	5	15	5	3	4	4	5	16	4
67.	3	4	3	10	3,3	3	4	3	3	13	3,2
68.	4	4	4	12	4	4	4	4	4	16	4
69.	4	4	4	12	4	4	4	3	4	15	3,7
70.	4	4	4	12	4	4	4	3	4	15	3,7
71.	3	4	3	10	3,3	3	5	4	4	16	4
72.	4	4	4	12	4	4	4	4	4	16	4
73.	4	4	4	12	4	4	5	4	4	17	4,2
74.	3	4	2	9	3	2	4	3	4	13	3,2
75.	4	4	4	12	4	4	4	4	4	16	4
76.	3	3	3	9	3	3	3	3	4	13	3,2
77.	4	4	4	12	4	4	5	5	4	18	4,5
78.	4	4	4	12	4	4	4	4	4	16	4
79.	4	5	3	12	4	3	4	3	3	13	3,2
80.	4	4	3	11	3,6	3	4	3	3	13	3,2
81.	5	5	4	14	4,6	4	5	4	4	17	4,2
82.	4	4	4	12	4	4	3	3	3	13	3,2
83.	5	5	4	14	4,6	4	4	5	5	18	4,5
84.	5	4	4	13	4,3	4	4	4	4	16	4
85.	5	5	5	15	5	5	4	4	5	18	4,5
86.	4	4	3	12	4	3	5	4	3	15	3,7
87.	3	4	4	11	3,6	4	3	4	4	15	3,7
88.	4	4	3	11	3,6	3	4	3	3	13	3,2
89.	4	4	4	12	4	4	4	4	4	16	4
90.	4	5	3	12	4	3	5	5	5	18	4,5
91.	4	4	3	11	3,6	3	5	5	5	18	4,5
92.	4	5	4	13	4,3	4	5	5	5	19	4,7
93.	4	4	4	12	4	4	5	4	4	19	4,7
94.	3	3	3	9	3	3	3	3	3	12	3
95.	5	5	5	15	5	5	4	4	4	17	4,2
96.	4	4	4	12	4	4	3	3	3	13	3,2
97.	4	4	3	11	3,6	4	4	4	4	16	4
98.	4	4	4	12	4	4	4	4	4	16	4
99.	4	4	4	12	4	4	4	4	4	16	4
100	.	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4

Keterangan :

- X3.1 = Anda membeli buah di Diavo *By Avocado* Makassar karena harganya terjangkau
- X3.2 = Anda membeli buah di Diavo *By Avocado* Makassar karena harganya sesuai dengan kualitas produk yang tersedia
- X3.3 = Anda membeli buah di Diavo *By Avocado* Makassar karena harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan harga buah di tempat lain
- Y.1 = Anda berminat untuk membeli produk Diavo *By Avocado* Makassar dalam waktu dekat (kurun waktu 1 bulan ke depan)
- Y.2 = Anda akan mereferensikan Diavo *By Avocado* Makassar kepada orang lain yang akan membeli buah
- Y.3 = Anda lebih tertarik untuk membeli buah di Diavo *By Avocado* Makassar dibandingkan di tempat lain

Lampiran 5. Hasil Analisis *SmartPLS* Variabel Penelitian

1. *Outer Loading* Variabel Penelitian

Outer loadings - Matrix				
	X1	X2	X3	Y
X1.1	0.796			
X1.2	0.889			
X1.3	0.760			
X2.1		0.733		
X2.2		0.839		
X2.3		0.842		
X2.4		0.767		
X2.5		0.727		
X2.6		0.754		
X3.1			0.854	
X3.2			0.768	
X3.3			0.849	
Y1.1				0.756
Y1.2				0.823
Y1.3				0.799
Y1.4				0.880

2. *Construct Reliability & Validity*

Discriminant validity - Fornell-Larcker criterion				
	X1	X2	X3	Y
X1	0.817			
X2	0.543	0.778		
X3	0.243	0.553	0.824	
Y	0.560	0.749	0.659	0.816

3. *Discriminant Validity Fornell Larcker Criterion*

Construct reliability and validity - Overview				
	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
X1	0.753	0.805	0.857	0.667
X2	0.869	0.872	0.902	0.606
X3	0.764	0.769	0.864	0.680
Y	0.832	0.848	0.888	0.665

4. Path Coefficient Variabel Penelitian

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values					
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O /STDEV)	P values
X1->Y	0.248	0.242	0.094	2.639	0.008
X2->Y	0.408	0.416	0.089	4.599	0.000
X3->Y	0.373	0.371	0.070	5.307	0.000

5. R-Square Variabel Penelitian

R-square - Overview		
	R-square	R-square adjusted
Y	0.690	0.680

6. F-Square Variabel Penelitian

f-square - Matrix				
	X1	X2	X3	Y
X1				0.138
X2				0.277
X3				0.309
Y				

Lampiran 6. Dokumentasi Wawancara Informan

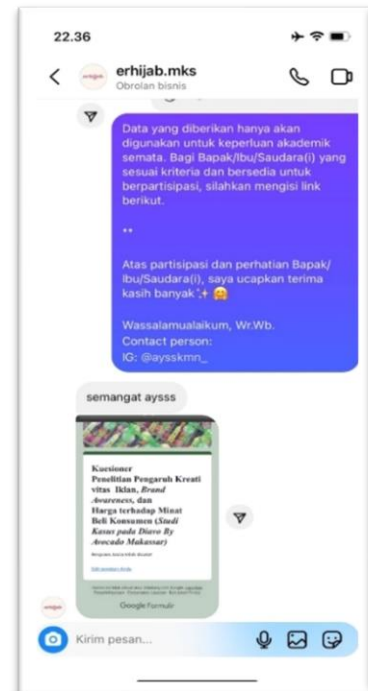
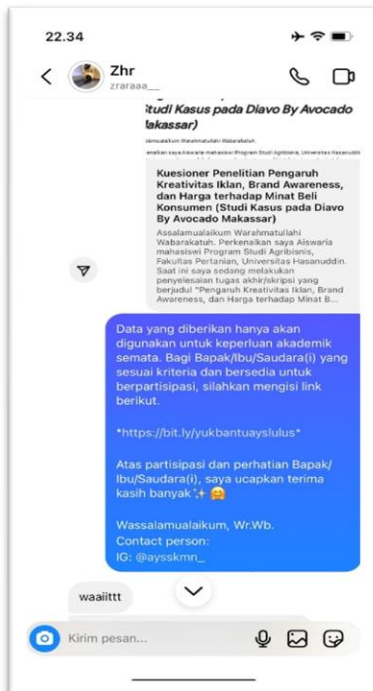


Lampiran 7. Dokumentasi Wawancara Responden

1. Responden Offline



2. Responden Online



Lampiran 8. Surat Izin Meneliti



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS PERTANIAN
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN**
Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 10 Makassar 90245 Telp./Fax. 62-411-586014
Laman: www.unhas.ac.id/pertanian/sosek e-mail: sosekpertanian@unhas.ac.id

No. : 7482/UN4.10.7/PT.01.05/2023 Makassar, 17 Oktober 2023
Perihal : *Permohonan Pengambilan Data*

Kepada Yth.
Ibu Rezki Ramadhani Usman, SKM
Pemilik Diavo Store (Avocado Makassar)
di-
Makassar

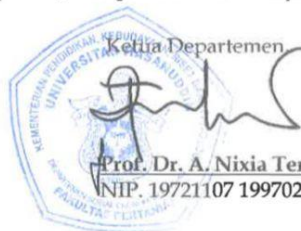
Dengan Hormat,
Bersama ini kami sampaikan bahwa sehubungan dengan penelitian mahasiswa Program Studi Agribisnis (S1), berikut:

Nama Mahasiswa : AISWARIA
NIM : G021201106
Judul Penelitian : **Pengaruh Kreativitas Iklan, Brand Awareness dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Avocado Makassar (Studi Kasus Pada Media Sosial Instagram Avocado Makassar)**

Olehnya itu, kami memohon agar kiranya mahasiswa yang bersangkutan dapat memperoleh izin untuk memperoleh/mengambil data Terkait **Penelitian Pada Diavo Store (Avocado Makassar)**

sebagai bahan informasi dalam rangka penyelesaian tugas akhir sesuai dengan topik penelitiannya.

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.



Ketia Departemen
Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.
NIP. 19721107 199702 2 001

Tembusan disampaikan kepada Yth.:

1. Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin;
2. Kabag Tata Usaha Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin;
3. Kasubag Akademik dan Kemahasiswaan Universitas Hasanuddin ;
4. Mahasiswa yang bersangkutan;
5. Arsip.



Lampiran 9. Riwayat Hidup Penulis

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Aiswaria, lahir di Bangsala, Kabupaten Kolaka Utara, Provinsi Sulawesi Tenggara, pada tanggal 14 November 2002. Penulis merupakan anak terakhir dari empat bersaudara, buah hati dari Bapak **Sukiman** dan Ibu **Ida** (Almarhumah). Penulis telah menempuh beberapa pendidikan formal, yaitu:

1. SDN 1 Porehu pada tahun 2008-2014
2. SMPN 2 Batuputih pada tahun 2014-2017
3. SMAN 1 Lasusua pada tahun 2017-2020

Setelah selesai menempuh pendidikan menengah atas, penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) penulis diterima di Universitas Hasanuddin, Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian.

Selama menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin, penulis banyak mengikuti kegiatan ekstra luar kampus yang mampu mendukung dan menambah wawasan penulis seperti mengikuti kegiatan seminar, workshop dan kegiatan-kegiatan ekstra kampus lainnya. Selain itu, penulis juga melakukan magang untuk menjadi bekal menuju dunia kerja salah satunya yaitu pada PT. Perkebunan Nusantara XIV. Penulis juga menjadi bagian dari Organisasi Kampus yaitu Himpunan Mahasiswa Peminat Sosial Ekonomi Pertanian (MISEKTA).