

## DAFTAR PUSTAKA

### JURNAL:

- Ade Minanda, Suharty Roslan, dan D. A. (2018). PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS HALU OLEO KENDARI. □□□□ 2016), 2(2, □□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□. <https://doi.org/10.1016/j.gecco.2019.e00539><https://doi.org/10.1016/j.foreco.2018.06.029>[http://www.cpsg.org/sites/cbsg.org/files/documents/Sunda Pangolin National Conservation Strategy and Action Plan %28LoRes%29.pdf](http://www.cpsg.org/sites/cbsg.org/files/documents/Sunda%20Pangolin%20National%20Conservation%20Strategy%20and%20Action%20Plan%20LoRes.pdf)<https://doi.org/10.1016/j.forec>
- Adhitya, W. R. (2019). Fenomena Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional) Melalui Harga, Produk, Kemudahan dan Keamanan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderating di Komplek Johor Indah Permai II Medan. *JMB: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 1–11.
- Andriana, D., Martana, I. K., & Baskoro, A. P. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Harbolnas Marketplace Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di UBSI. *KOMUNIKATA*57, 1(2), 66–73. <https://doi.org/10.55122/kom57.v1i2.166>
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Aprilliani, R. (n.d.). *KONSUMSI DALAM PANDANGAN JEAN BAUDRILLARD*

DAN AL- GHAZALI.

Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. *Psikoborneo*, 1(2), 79–83.

Bakti, I. S., Nirzalin, N., & Alwi, A. (2019). Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 13(2), 147–166. <https://doi.org/10.24815/jsu.v13i2.15925>

Baudrillard, J. (2018). *masyarkat konsumsi* (A. Sumrahadi & H. Purwanto (eds.); kreasi wac).

Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*.

Deviyanti, N., & Jannah, M. (2019). *HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA ATLET MAHASISWA*.

Elnino, S. R., Lesawengen, L., & Lasut, J. J. (2020). Tindakan Konsumtif dalam Aktivitas Belanja Online Mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Holistik*, 13(3), 7.

Fathimah, L. (2021). Nilai transaksi belanja daring selama festival Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) 12.12 tahun ini mengalami kenaikan pesat dibandingkan dengan tahun lalu. Survei yang dilakukan NielsenIQ menunjukkan nilai transaksi menembus Rp18,1 triliun atau naik . *Bisnis.Com*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20211229/12/1483009/naik-56-persen-nilai-transaksi-harbolnas-tembus-rp181-triliun>

Habib, M. A. F., Nisa, K. K., Fatkhullah, M., Ursah, C. R. Al, & Budita, A. K. (2022). SOSIOLOGI EKONOMI Kajian Teoretis dan Contoh Penerapan. In

*Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. Akademia  
Pustaka.

Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. *JRMSI*  
- *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193–213.

<https://doi.org/10.21009/jrmsi.009.2.02>

Hidayat, M. A. (2019). MENIMBANG TEORI-TEORI SOSIAL  
POSTMODERN: SEJARAH, PEMIKIRAN, KRITIK DAN MASA DEPAN  
POSTMODERNISME. *Journal of Urban Sociology*, 2(1), 42.

<https://doi.org/10.30742/jus.v2i1.610>

Kalya, N., Zuhdi, H., Bararah, M., Aprilia, F., Herjati, P., Dionchi, P., & Dwitha  
Yuniar, A. (2021). Praktik masyarakat konsumsi online dalam perspektif  
Baudrillard. *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(6),  
681–687. <https://doi.org/10.17977/um063v1i62021p681-687>

Martono, nanang. (2010). *Metode Penelitian kuantitatif Analisis Isi dan Analisis*  
*Data Sekunder* ( santi pratiwi tri Utami (ed.)). PT. RajaGrafindo Persada.

Nugroho, A., & Magnadi, R. H. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap  
Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Lazada Express Saat Harbolnas Di E-  
Commerce. *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 1–11. [http://ejournal-  
s1.undip.ac.id/index.php/dbr](http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr)

Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Buku ajar dasar-  
dasar statistik penelitian*.

Purwa, N. D., & Suksmawati, H. (2022). Persepsi Generasi Milenial Terhadap  
Hari Belanja Online Nasional Pada E-Commerce Shopee. *Expose: Jurnal*

*Ilmu Komunikasi*, 5(1), 16. <https://doi.org/10.33021/exp.v5i1.3533>

Yuniarti Vinna Sri, S.E., M. M. (2015). *perilaku konsumen*. CV PUSTAKA SETIA.

**WEBSITE ARTIKEL:**

Antusiasme Periode Diskon Harbolnas. <https://iprice.co.id/insights/id/digital-economy/antusiasme-periode-diskon-harbolnas/>. Diakses pada tanggal 15

November 2022

Universitas Hasanuddin. <https://www.unhas.ac.id/sejarah/>. Diakses pada tanggal 30 Mei 2023.

Departemen Sosiologi Fisip UNHAS. <https://fisip.unhas.ac.id/sosiologi/sejarah/>. Diakses pada tanggal 30 Mei 2023.

**L  
A  
M  
P  
I  
R  
A  
N**

**Lampiran 1. Kuesioner**

**KUESIONER PENELITIAN**

PENGARUH HARI BELANJA *ONLINE* NASIONAL (HARBOLNAS)  
TERHADAP TINGKAT KONSUMSI MAHASISWA FAKULTAS ILMU  
SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS HASANUDDIN



**OLEH**

Riska

E031181324

**DEPARTEMEN SOSIOLOGI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

<b>Nomor Kuesioner</b>	
<b>Hari/Tanggal</b>	
<b>Waktu</b>	<b>Jam:</b> <b>s/d Jam:</b>

**KUESIONER PENGARUH HARI BELANJA *ONLINE* NASIONAL  
(HARBOLNAS) TERHADAP TINGKAT KONSUMSI MAHASISWA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

*Assalamu alaikum warahmatullahi wabarakatuh,*

Saya Riska mahasiswa Departemen Sosiologi Universitas Hasanuddin yang sedang melaksanakan penelitian untuk tugas akhir saya (skripsi), dimohon kesediaannya untuk mengisi kuesioner penelitian dengan jujur, terima kasih.

**A. IDENTITAS RESPONDEN**

- Nama :
- Umur:
- Departemen:
- Jenis Kelamin:
- Nomor HP:
- Alamat :
- Asal Daerah:
- Pekerjaan Orang tua:
- Pendapatan Orang tua:

**B. Belanja *Online***

**Isilah jawaban dibawah ini, jika bentuknya pilihan ganda silahkan di silang (X), dan essai silahkan ditulis.**

- Apakah anda pernah melakukan kegiatan belanja *online*?
  - a. Ya
  - b. Tidak
- Sejak kapan anda mulai melakukan kegiatan belanja *online*?  
Jelaskan....
- Siapa yang mengenalkan belanja *online* kepada anda?  
Jelaskan....
- Hal apa yang membuat anda tertarik dengan belanja *online*?  
Jelaskan ....
- Seberapa sering anda melakukan belanja *online*?

Sebutkan ....

- Media *online* apa yang sering anda gunakan untuk berbelanja *online*?  
Sebutkan....
- Barang apa yang biasanya anda beli saat belanja *online*?
  - a. Skincare c. pakaian/sepatu/sandal
  - b. Make up/alat make up d. alat elektronik/perabotan
  - e. lainnya, sebutkann....
- Berapa uang saku anda setiap bulannya?
  - a. Kurang dari satu juta
  - b. Lebih dari satu juta
  - c. Lainnya, sebutkan...
- Apakah uang saku anda sepenuhnya dari orang tua atau sebagian dihasilkan dari usaha sendiri?  
Jelaskan....
- Saat belanja *online*, uang siapa yang anda gunakan?
  - a. Uang saku bulanan
  - b. Meminta lagi dengan orang tua
  - c. Uang sendiri
  - d. Lainnya, jelaskan...
- Apabila anda tidak memiliki uang, namun anda sangat ingin membeli barang *online shop* tersebut apa yang anda lakukan?  
Jelaskan....
- Adakah pengalaman mengecewakan anda, selama melakukan belanja *online*?  
Jelaskan.....



### C. Hari Belanja *Online* Nasional (HARBOLNAS)

Isilah jawaban di bawah ini dengan menggunakan tanda (X) dan dilengkapi beserta alasannya lalu, ditulis disamping kolom yang telah disediakan.

No	Pertanyaan	Jawaban Beserta Alasannya	
1.	Apakah anda mengetahui hari belanja <i>online</i> nasional atau yang biasa disebut sebagai HARBOLNAS?  a. Ya b. Tidak	<input type="checkbox"/>	
2.	HARBOLNAS merupakan edukasi kepada masyarakat untuk menyampaikan bahwa berbelanja <i>online</i> itu sangat mudah dan dengan memberikan tawaran diskon dan potongan harga dihari tersebut, apakah anda setuju dan tertarik akan hal itu?  a. Ya b. Tidak	<input type="checkbox"/>	
3.	Apakah anda termasuk orang yang merayakan HARBOLNAS (hari belanja <i>online</i> nasional)?  a. Ya b. Tidak	<input type="checkbox"/>	
4.	HARBOLNAS terkenal dengan banyaknya diskon atau potongan harga bahkan memberikan penawaran spesial kepada konsumen, apakah hal tersebut membuat anda tertarik untuk berbelanja <i>online</i> dihari tersebut ?	<input type="checkbox"/>	

	<p>a. Ya, alasannya</p> <p>b. Tidak</p>		
5.	<p>Apakah anda pernah menjadikan HARBOLNAS sebagai alasan untuk berbelanja <i>online</i> ?</p> <p>a. Ya</p> <p>b. Tidak</p>	<input type="checkbox"/>	
6.	<p>Apakah HARBOLNAS berpengaruh terhadap minat belanja <i>online</i> anda ?</p> <p>a. Ya, alasannya</p> <p>b. Tidak</p>	<input type="checkbox"/>	
7.	<p>Pada saat HARBOLNAS banyak <i>online shop</i> tawarkan kepada konsumen, pernahkah anda yang tidak memiliki rencana untuk berbelanja dihari tersebut tetapi tiba-tiba melakukan belanja <i>online</i> tanpa alasan dan tujuan karena tertarik dengan tawaran tersebut ?</p> <p>a. Ya</p> <p>b. Tidak</p>	<input type="checkbox"/>	
8.	<p>Apakah anda pernah melakukan belanja <i>online</i> pada saat HARBOLNAS tanpa memikirkan keuangan anda, padahal kondisi keuangan anda sedang pas-pasan ?</p> <p>a. Ya</p> <p>b. Tidak</p>	<input type="checkbox"/>	
9.	<p>Apakah anda pernah mengalokasikan uang anda agar bisa berbelanja yang banyak pada saat HARBOLNAS ?</p> <p>a. Ya, berapa banyak barang ?</p>	<input type="checkbox"/>	

	b. Tidak, alasannya		
10.	Apakah anda sering berbelanja pada saat HARBOLNAS ?  a. Ya, berapa kali b. Tidak	<input type="checkbox"/>	
11.	Iklan dan promosi potongan harga pada saat HARBOLNAS banyak dilakukan oleh <i>online shop</i> , apakah hal tersebut membuat anda tertarik untuk langsung melakukan belanja <i>online</i> ?  a. Ya b. Tidak	<input type="checkbox"/>	
12.	Apakah anda sering berbelanja barang yang tidak begitu anda butuhkan, cuman karena hari tersebut sedang HARBOLNAS ?  a. Ya b. Tidak	<input type="checkbox"/>	
13.	Sebelum berbelanja <i>online</i> apakah anda memiliki sebuah pertimbangan sebelum membeli suatu barang ?  a. Ya, sebutkan... b. Tidak, alasannya	<input type="checkbox"/>	
14.	Apakah anda pernah melakukan belanja <i>online</i> pada saat HARBOLNAS karena pengaruh dari teman ?  a. Ya b. Tidak		
15.	Saat teman anda memiliki rekomendasi sebuah barang yang bagus kepada anda bahkan sedang tran dimana-mana dan kebetulan sedang berlangsung		

	HARBOLNAS apakah anda langsung membelinya pada saat itu ?  a. Ya, alasannya b. Tidak		
16.	Apakah promosi-promosi di media sosial pada saat HARBOLNAS mempengaruhi minat belanja anda ?  a. Ya b. Tidak		

#### D. Perilaku konsumsi

Isilah jawaban di bawah ini dengan menggunakan tanda (X) dan dilengkapi

beserta alasannya, lalu ditulis disamping kolom yang telah disediakan.

No	Pertanyaan	Jawaban Beserta Alasannya	
1.	Apakah anda lebih suka belanja <i>online</i> dibandingkan dengan belanja konvensional ?  a. Ya b. Tidak	<input type="checkbox"/>	
2.	Dalam berbelanja <i>online</i> , lebih banyak kemudahan yang kita dapatkan seperti dapat dilakukan dimana pun dan kapanpun, dan masi banyak lagi, apakah hal tersebut yang membuat anda tertarik untuk melakukan belanja <i>online</i> ?  a. Ya b. Tidak	<input type="checkbox"/>	
3.	Dalam berbelanja <i>online</i> apakah pertimbangan dalam membeli suatu barang itu sangat perlu ?  a. Ya b. Tidak	<input type="checkbox"/>	
4.	Apakah diskon merupakan salah satu alasan anda untuk melakukan belanja <i>online</i> ? kon	<input type="checkbox"/>	

	<p>a. Ya</p> <p>b. Tidak</p>		
5.	<p>Diskon merupakan salah satu pemicu dalam minat pembelian barang yang banyak dalam belanja <i>online</i> ?</p> <p>a. Ya</p> <p>b. Tidak</p>	<input type="checkbox"/>	
6.	<p>Apakah iklan dan promo yang ditawarkan <i>online shop</i> merupakan salah satu pemicu anda membeli suatu barang ?</p> <p>a. Ya</p> <p>b. Tidak</p>	<input type="checkbox"/>	
7.	<p>Dalam berbelanja <i>online</i> apakah anda termasuk orang yang mengutamakan brand yang terkenal ?</p> <p>a. Ya, alasannya</p> <p>b. Tidak, alasannya</p>	<input type="checkbox"/>	
8.	<p>Apakah anda selalu mengikuti tren terbaru agar terlihat tampil <i>up to date</i> ?</p> <p>a. Ya, alasannya</p> <p>b. Tidak</p>	<input type="checkbox"/>	
9.	<p>Dalam belanja <i>online</i> apakah anda termasuk orang yang menjadikan media sosial sebagai acuan untuk membeli suatu barang ?</p> <p>a. Ya</p> <p>b. Tidak</p>	<input type="checkbox"/>	
10.	<p>Apakah anda merasa senang ketika menggunakan barang terbaru yang anda beli ?</p> <p>a. Ya</p> <p>b. Tidak</p>	<input type="checkbox"/>	
11.	<p>Apakah anda termasuk orang yang membeli barang di <i>online shop</i> karena barang tersebut sedang tren dimana-mana bahkan sampai di media sosial ?</p> <p>a. Ya</p> <p>b. Tidak</p>	<input type="checkbox"/>	
12.	<p>Apakah teman-teman anda sering belanja <i>online</i> ?</p> <p>a. Ya</p> <p>b. Tidak</p>	<input type="checkbox"/>	

13.	Apakah teman atau orang di sekitar anda sangat berpengaruh terhadap keputusan anda dalam berbelanja <i>online</i> ?  a. Ya b. Tidak	<input type="checkbox"/>	
14.	Ketika teman anda memiliki suatu produk yang berkualitas, apakah anda tertarik untuk membelinya juga ?  a. Ya b. Tidak	<input type="checkbox"/>	
15.	Apakah anda pernah membeli suatu produk di <i>online shop</i> karena barang tersebut rekomendasi dari teman atau orang terdekat anda ?  a. Ya b. Tidak	<input type="checkbox"/>	
16.	Apakah anda termasuk orang yang random dalam berbelanja <i>online</i> , seperti melakukan belanja <i>online</i> secara tiba-tiba tanpa memiliki keinginan untuk berbelanja sebelumnya ?  a. Ya, alasannya b. Tidak	<input type="checkbox"/>	

## Lampiran 2. Dokumentasi Penelitian



### Lampiran 3. Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN RISET,  
DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 10 Makassar 90245  
Telp (041) 585024, F.A.X. (041) 586200  
Laman www.fisip.unhas.ac.id

Nomor : 2251 /UN4.S.I/PT.01.04/2023  
Hal : *Pemohonan Izin Melakukan Penelitian* 20 Maret 2023

Yth. Dekan Fisip Unhas  
di  
Fisip Universitas Hasanuddin

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin yang tersebut berikut :

Nama : Riska  
NIM : E031181324  
Jurusan : Sosiologi  
Alamat : Batangase Kabupaten Maros

Bermaksud untuk melakukan penelitian lapangan/kepastakaan dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : **Pengaruh Hari Belanja Online Nasional ( HARBOLNAS ) Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.**

Sehubungan dengan hal tersebut, maka kami mohon agar yang bersangkutan diberikan izin untuk melakukan penelitian yang dimaksud.

Demikian penyampaian kami, atas perhatian dan bantuannya disampaikan banyak terima kasih.

a.n. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik dan  
Kemahasiswaan,  
Dr. Hasniati, S.Sos., M.Si  
NIP. 196801011997022001

Tembusan :  
1. Dekan Fisip Unhas (sebagai laporan)  
2. Arsip

### Lampiran 4. Surat Keterangan Selesai Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
KAMPUS TAMALANREA  
JALAN PERINTIS KEMERDEKAAN KM. 10 MAKASSAR 90245  
TELEPON/FAX. (0411) 585024, (PSW. 1165)

#### SURAT KETERANGAN PENELITIAN No. : ...../UN4.S.I/PL.08/2023

Pimpinan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik menerangkan bahwa :

Nama : Riska  
No. Pokok : E031181324  
Program Studi: Sosiologi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Benar yang bersangkutan telah melakukan penelitian di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Unhas dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul **"PENGARUH HARI BELANJA ONLINE NASIONAL (HARBOLNAS) TERHADAP TINGKAT KONSUMSI MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS HASANUDDIN"** (Studi Kasus: Mahasiswa FISIP) mulai tanggal 15 Februari s.d. 10 Maret 2023.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 19 Juni 2023

a.n. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik dan  
Kemahasiswaan,  
Dr. Hasniati, S.Sos., M.Si  
NIP. 196801101997022001





## Lampiran 5 Kuesioner Google Form

**Bagian 1 dari 4**

### Pengaruh Hari Belanja Online Nasional (HARBOLNAS) Terhadap Tingkat Komsumsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

Harbolnas merupakan hari belanja online nasional atau yang biasa ketahui sebagai 12.12 yang dirayakan pada tanggal-tanggal cantik, sma juga seperti 11.11 atau 1.1, 10.10 dan tanggal cantik lainnya yang disebut sebagai harbolnas, yang dimana pada hari itu banyak promo seperti potongan harga dan diskon bahkan banyak penawaran lainnya yang online shop berikan kepada setiap kosumen.

Nama \*

1	A	B	C	D	E	F	G	H	I
Timestamp	Email Address	Nama	Umur	Departemen	Jenis Kelamin	Nomor Ho (Whats App)	Alamat	Asal Daerah	
02/02/2023 20:03:26	muh.luthfi777@gmail.com	Muhammad Luthfi Thahiri		21 Ilmu Politik	Laki-Laki	082153534559	Perumnas Antang	Kota Makassar	
02/02/2023 20:07:26	febriana77@gmail.com	Nafira Febriana	19 tahun	Ilmu Politik	Perempuan	0895399875454	Jl. Hatti Mulla No. 11B	Makassar	
05/02/2023 11:28:14	ntracynta@icloud.com	Nafhthaline Tracynta		21 Ilmu Pemerintahan	Perempuan	081349428712	Sudiang	Makassar	
02/03/2023 22:26:16	ainunzyahima0409@gmail.com	Ainun Zyahima		21 Antropologi	Perempuan	085824093286	Jln. sahabat 5	Baru	
03/03/2023 10:05:58	alyaaraohalli27@gmail.com	Alya Rohali		20 Antropologi	Perempuan	082271292741	Minasa Upa	Bone	
03/03/2023 11:43:33	anandaawalia@gmail.com	Ananda Awalia Nurfadhy		20 Antropologi	Perempuan	08114551299	Jl. Tamangapa Raya III	Polewali Mandar	
03/03/2023 11:43:43	febrytah@gmail.com	Siti Alfiyah		20 Antropologi	Perempuan	08114124466	JALAN URIP SUMOHAR	Makassar	
03/03/2023 11:46:24	karinashinta.ks@gmail.com	Karina Shinta Sahertian		21 Antropologi	Perempuan	082196304488	Jl. Bangau No. 18 B	Makassar	
03/03/2023 23:06:01	annisafebriant761@gmail.com	Annisa Febriant		21 Antropologi	Perempuan	0895806656056	Jalan Gagak	Makassar	
04/03/2023 9:30:30	khaerunnizah0775@gmail.com	Kheru Nizaa		21 Antropologi	Perempuan	+62 852-4226-0339	Minasa upa	Wajo	
04/03/2023 15:27:42	melvyayu@gmail.com	Melvy		20 Antropologi	Perempuan	0895806730874	Btn asabri Moncongloe	-	
16/03/2023 13:39:16	farhatramah02@gmail.com	Farhat Ramah Azzahrah		20 Ilmu Komunikasi	Laki-Laki	085340264824	BTN BILI-BLI MAS BLOK	Parepare	
16/03/2023 19:03:19	indahdvia11@gmail.com	Indah Dwi Apriliani		20 Ilmu Komunikasi	Perempuan	085240395294	Jalan Sejati Unhas	Soppeng	
21/03/2023 13:07:15	Rayhan3juli@gmail.com	Rayhan Rizky		20 Ilmu Komunikasi	Laki-Laki	088705887128	Panakukang	Makassar	
30/03/2023 23:05:58	febelumendow@gmail.com	Febe Gloria Angelica Lur		20 Ilmu Komunikasi	Perempuan	082259287265	Jl. Hertasning Baru	Palu	
06/04/2023 14:55:31	michellecarolinemkt@gmail.com	Michelle Caroline M.		19 Ilmu Komunikasi	Perempuan	081255976330	Telkomas	Makassar	
06/04/2023 15:02:54	sadrak.ambanaga2003@gmail.com	Sadrak	19 Tahun	Ilmu Hub. Internasional	Laki-Laki	082112614119	Taman Sudiang Indah Bli	Toraja	
06/04/2023 15:40:35	ridwanmuh165@gmail.com	Ridwan		21 Ilmu Hub. Internasional	Laki-Laki	081240558337	Maros	Sidrap	

## Lampiran 6. SPSS

### Umur dan Jenis Kelamin

			jenis_kelamin		Total
			laki-laki	perempuan	
umur	19	Count	4	11	15
		% of Total	4.7%	12.8%	17.4%
	20	Count	8	35	43
		% of Total	9.3%	40.7%	50.0%
	21	Count	5	23	28
		% of Total	5.8%	26.7%	32.6%
Total		Count	17	69	86
		% of Total	19.8%	80.2%	100.0%

### Departemen

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	ilmu administrasi negara	14	16.3	16.3
	ilmu hubungan internasional	19	22.1	22.1
	ilmu komunikasi	16	18.6	18.6
	ilmu pemerintahan	10	11.6	11.6
	ilmu politik	10	11.6	11.6
	antropologi	8	9.3	9.3
	sosiologi	9	10.5	10.5
	Total	86	100.0	100.0

### Pekerjaan Orang tua

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	wiraswasta	31	36.0	36.0
	wirausaha	13	15.1	15.1
	PNS	21	24.4	24.4
	pelaut	2	2.3	2.3
	karyawan swasta	10	11.6	11.6
	petani	4	4.7	4.7
	pensiunan	5	5.8	5.8
	Total	86	100.0	100.0

### Uang Saku Bulanan

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Rp 500.000- Rp 1.000.000	35	40.7	40.7
Rp 1.500.000- Rp 2.000.000	47	54.7	54.7
Rp 2.500.000- Rp 3.000.000	4	4.7	4.7
Total	86	100.0	100.0

### Ketertarikan Dalam Berbelanja *Online* Dan Departemen

	apa yang membuat anda tertarik dengan belanja online					Total
	mura h	memudahka n	banya k pilihan	murah dan memudahka n	murah dan banya k pilihan	
departemen administrasi negara	1	8	0	3	2	14
	1.2%	9.3%	0.0%	3.5%	2.3%	16.3%
ilmu hubungan internasional	1	15	1	1	1	19
	1.2%	17.4%	1.2%	1.2%	1.2%	22.1%
ilmu komunikasi	3	10	1	0	2	16
	3.5%	11.6%	1.2%	0.0%	2.3%	18.6%
ilmu pemerintahan	5	3	2	0	0	10
	5.8%	3.5%	2.3%	0.0%	0.0%	11.6%
ilmu politik	0	5	1	4	0	10

	% of Total	0.0%	5.8%	1.2%	4.7%	0.0%	11.6%
antropologi	Count	2	6	0	0	0	8
	% of Total	2.3%	7.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.3%
sosiologi	Count	3	2	1	3	0	9
	% of Total	3.5%	2.3%	1.2%	3.5%	0.0%	10.5%
Total	Count	15	49	6	11	5	86
	% of Total	17.4%	57.0%	7.0%	12.8%	5.8%	100.0%

#### Responden Yang Berbelanja *Online*

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	11	12.8	12.8	12.8
Ya	75	87.2	87.2	100.0
Total	86	100.0	100.0	

#### Media *Online* Yang Sering Digunakan Untuk Berbelanja *Online*

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid shoppe	41	47.7	47.7	47.7
tiktiok shop	2	2.3	2.3	50.0
media belanja lebih dari satu	43	50.0	50.0	100.0
Total	86	100.0	100.0	

### Barang Yang Biasanya Dibeli

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid alat kecantikan	8	9.3	9.3	9.3
fashion	27	31.4	31.4	40.7
elektronik/prabotan	1	1.2	1.2	41.9
belanja lebih dari satu	50	58.1	58.1	100.0
Total	86	100.0	100.0	

### Mengikuti *Tren* Terbaru Agar Terlihat *Up To Date*

			Apakah anda selalu mengikuti tren terbaru agar terlihat tampil up to date ?		Total
			Tidak	Ya	
departemen	ilmu administrasi negara	Count	9	5	14
		% of Total	10.5%	5.8%	16.3%
	ilmu hubungan internasional	Count	4	15	19
		% of Total	4.7%	17.4%	22.1%
	ilmu komunikasi	Count	5	11	16
		% of Total	5.8%	12.8%	18.6%
	ilmu pemerintahan	Count	7	3	10
		% of Total	8.1%	3.5%	11.6%
	ilmu politik	Count	4	6	10
		% of Total	4.7%	7.0%	11.6%
	antropologi	Count	5	3	8
		% of Total	5.8%	3.5%	9.3%
	sosiologi	Count	0	9	9
		% of Total	0.0%	10.5%	10.5%
Total		Count	34	52	86
		% of Total	39.5%	60.5%	100.0%

### Membeli Barang Karena Sedng *Tren* Dimana-Mana

		Apakah anda termasuk orang yang membeli barang di online shop karena barang tersebut sedang tren dimana-mana bahkan sampai di media sosial ?		Total
		Tidak	Ya	
departemen ilmu	Count	10	4	14
administrasi negara	% of Total	11.6%	4.7%	16.3%
ilmu hubungan internasional	Count	2	17	19
	% of Total	2.3%	19.8%	22.1%
ilmu komunikasi	Count	3	13	16
	% of Total	3.5%	15.1%	18.6%
ilmu pemerintahan	Count	5	5	10
	% of Total	5.8%	5.8%	11.6%
ilmu politik	Count	6	4	10
	% of Total	7.0%	4.7%	11.6%
antropologi	Count	0	8	8
	% of Total	0.0%	9.3%	9.3%
sosiologi	Count	4	5	9
	% of Total	4.7%	5.8%	10.5%
Total	Count	30	56	86
	% of Total	34.9%	65.1%	100.0%

### Melakukan Belanja *Online* Karena Diskon

			Apakah diskon merupakan salah satu alasan anda untuk melakukan belanja online ?		Total
			Tidak	Ya	
departemen	ilmu administrasi negara	Count	1	13	14
		% of Total	1.2%	15.1%	16.3%
	ilmu hubungan internasional	Count	0	19	19
		% of Total	0.0%	22.1%	22.1%
	ilmu komunikasi	Count	0	16	16
		% of Total	0.0%	18.6%	18.6%
	ilmu pemerintahan	Count	0	10	10
		% of Total	0.0%	11.6%	11.6%
	ilmu politik	Count	0	10	10
		% of Total	0.0%	11.6%	11.6%
	antropologi	Count	1	7	8
		% of Total	1.2%	8.1%	9.3%
	sosiologi	Count	0	9	9
		% of Total	0.0%	10.5%	10.5%
Total		Count	2	84	86
		% of Total	2.3%	97.7%	100.0%

### Berbelanja Berbagai Item Karena Diskon

			Diskon merupakan salah satu pemicu dalam minat pembelian barang yang banyak dalam belanja online ?		Total
			Tidak	Ya	
departemen	ilmu administrasi negara	Count	0	14	14
		% of Total	0.0%	16.3%	16.3%
	ilmu hubungan internasional	Count	0	19	19
		% of Total	0.0%	22.1%	22.1%
	ilmu komunikasi	Count	1	15	16
		% of Total	1.2%	17.4%	18.6%
	ilmu pemerintahan	Count	0	10	10
		% of Total	0.0%	11.6%	11.6%
	ilmu politik	Count	1	9	10
		% of Total	1.2%	10.5%	11.6%
	antropologi	Count	0	8	8
		% of Total	0.0%	9.3%	9.3%
	sosiologi	Count	0	9	9
		% of Total	0.0%	10.5%	10.5%
	Total	Count	2	84	86
		% of Total	2.3%	97.7%	100.0%



**Membeli Suatu Barang Karena Iklan Dan Promo Yang Ditawarkan *Online Shop***

			Apakah iklan dan promo yang ditawarkan online shop merupakan salah satu pemicu anda membeli suatu barang ?		Total
			Tidak	Ya	
departemen	ilmu administrasi negara	Count	2	12	14
		% of Total	2.3%	14.0%	16.3%
	ilmu hubungan internasional	Count	2	17	19
		% of Total	2.3%	19.8%	22.1%
	ilmu komunikasi	Count	1	15	16
		% of Total	1.2%	17.4%	18.6%
	ilmu pemerintahan	Count	0	10	10
		% of Total	0.0%	11.6%	11.6%
	ilmu politik	Count	0	10	10
		% of Total	0.0%	11.6%	11.6%
	antropologi	Count	3	5	8
		% of Total	3.5%	5.8%	9.3%
	sosiologi	Count	2	7	9
		% of Total	2.3%	8.1%	10.5%
Total		Count	10	76	86
		% of Total	11.6%	88.4%	100.0%

**Merayakan HARBOLNAS**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	86	100.0	100.0	100.0

### Ketertarikan Berbelanja *Online* Saat HARBOLNAS

			HARBOLNAS terkenal dengan banyaknya diskon atau potongan harga bahkan memberikan penawaran spesial kepada konsumen, apakah hal tersebut membuat anda tertarik untuk berbelanja online dihari tersebut ?		Total
			Tidak	Ya	
departemen	ilmu administrasi negara	Count	0	14	14
		% of Total	0.0%	16.3%	16.3%
	ilmu hubungan internasional	Count	2	17	19
		% of Total	2.3%	19.8%	22.1%
	ilmu komunikasi	Count	1	15	16
		% of Total	1.2%	17.4%	18.6%
	ilmu pemerintahan	Count	0	10	10
		% of Total	0.0%	11.6%	11.6%
	ilmu politik	Count	0	10	10
		% of Total	0.0%	11.6%	11.6%
	antropologi	Count	1	7	8
		% of Total	1.2%	8.1%	9.3%
	sosiologi	Count	0	9	9
		% of Total	0.0%	10.5%	10.5%
Total	Count	4	82	86	
	% of Total	4.7%	95.3%	100.0%	

### Pengaruh HARBOLNAS Terhadap Minat Belanja *Online*

			Apakah HARBOLNAS berpengaruh terhadap minat belanja online anda ?		Total
			Tidak	Ya	
departemen	ilmu administrasi negara	Count	4	10	14
		% of Total	4.7%	11.6%	16.3%
	ilmu hubungan internasional	Count	6	13	19
		% of Total	7.0%	15.1%	22.1%
	ilmu komunikasi	Count	0	16	16
		% of Total	0.0%	18.6%	18.6%
	ilmu pemerintahan	Count	2	8	10
		% of Total	2.3%	9.3%	11.6%
	ilmu politik	Count	2	8	10
		% of Total	2.3%	9.3%	11.6%
	antropologi	Count	1	7	8
		% of Total	1.2%	8.1%	9.3%
	sosiologi	Count	2	7	9
		% of Total	2.3%	8.1%	10.5%
Total		Count	17	69	86
		% of Total	19.8%	80.2%	100.0%

### Melakukan Belanja Online Karena Iklan Dan Promosi Pada Saat HARBOLNAS

			Iklan dan promosi potongan harga pada saat HARBOLNAS banyak dilakukan oleh online shop, apakah hal tersebut membuat anda tertarik untuk langsung melakukan belanja online ?		Total
			Tidak	Ya	
departemen	ilmu administrasi negara	Count	6	8	14
		% of Total	7.0%	9.3%	16.3%
	ilmu hubungan internasional	Count	4	15	19
		% of Total	4.7%	17.4%	22.1%
	ilmu komunikasi	Count	1	15	16
		% of Total	1.2%	17.4%	18.6%
	ilmu pemerintahan	Count	2	8	10
		% of Total	2.3%	9.3%	11.6%
	ilmu politik	Count	2	8	10
		% of Total	2.3%	9.3%	11.6%
	antropologi	Count	1	7	8
		% of Total	1.2%	8.1%	9.3%
	sosiologi	Count	2	7	9
		% of Total	2.3%	8.1%	10.5%
Total		Count	18	68	86
		% of Total	20.9%	79.1%	100.0%

**PROMOSI-Promosi Di Media Sosial Saat HARBOLNAS**

			Apakah promosi-promosi di media sosial pada saat HARBOLNAS mempengaruhi minat belanja anda ?		Total
			Tidak	Ya	
departemen	ilmu administrasi negara	Count	2	12	14
		% of Total	2.3%	14.0%	16.3%
	ilmu hubungan internasional	Count	5	14	19
		% of Total	5.8%	16.3%	22.1%
	ilmu komunikasi	Count	1	15	16
		% of Total	1.2%	17.4%	18.6%
	ilmu pemerintahan	Count	1	9	10
		% of Total	1.2%	10.5%	11.6%
	ilmu politik	Count	1	9	10
		% of Total	1.2%	10.5%	11.6%
	antropologi	Count	1	7	8
		% of Total	1.2%	8.1%	9.3%
	sosiologi	Count	1	8	9
		% of Total	1.2%	9.3%	10.5%
Total		Count	12	74	86
		% of Total	14.0%	86.0%	100.0%

### Belanja Tanpa Rencana Saat HARBOLNAS

			Pada saat HARBOLNAS banyak online shop tawarkan kepada konsumen, pernahkah anda yang tidak memiliki rencana untuk berbelanja dihari tersebut tetapi tiba-tiba melakukan belanja online tanpa alasan dan tujuan karena tertarik dengan tawaran tersebut ?		Total
			Tidak	Ya	
departemen	ilmu administrasi negara	Count	7	7	14
		% of Total	8.1%	8.1%	16.3%
	ilmu hubungan internasional	Count	5	14	19
		% of Total	5.8%	16.3%	22.1%
	ilmu komunikasi	Count	1	15	16
		% of Total	1.2%	17.4%	18.6%
	ilmu pemerintahan	Count	3	7	10
		% of Total	3.5%	8.1%	11.6%
	ilmu politik	Count	6	4	10
		% of Total	7.0%	4.7%	11.6%
	antropologi	Count	0	8	8
		% of Total	0.0%	9.3%	9.3%
	sosiologi	Count	2	7	9
		% of Total	2.3%	8.1%	10.5%
Total	Count	24	62	86	
	% of Total	27.9%	72.1%	100.0%	

### Menjadikan HARBOLNAS Sebagai Alasan Untuk Berbelanja *Online*

			Apakah anda pernah menjadikan HARBOLNAS sebagai alasan untuk berbelanja online ?		Total
			Tidak	Ya	
departemen	ilmu administrasi negara	Count	2	12	14
		% of Total	2.3%	14.0%	16.3%
	ilmu hubungan internasional	Count	4	15	19
		% of Total	4.7%	17.4%	22.1%
	ilmu komunikasi	Count	1	15	16
		% of Total	1.2%	17.4%	18.6%
	ilmu pemerintahan	Count	2	8	10
		% of Total	2.3%	9.3%	11.6%
	ilmu politik	Count	3	7	10
		% of Total	3.5%	8.1%	11.6%
	antropologi	Count	1	7	8
		% of Total	1.2%	8.1%	9.3%
	sosiologi	Count	1	8	9
		% of Total	1.2%	9.3%	10.5%
Total		Count	14	72	86
		% of Total	16.3%	83.7%	100.0%

**Melakukan Belanja *Online* Saat HARBOLNAS Karena Pengaruh Dari Teman**

			Apakah anda pernah melakukan belanja online pada saat HARBOLNAS karena pengaruh dari teman ?		Total
			Tidak	Ya	
departemen	<u>ilmu administrasi negara</u>	<u>Count</u>	7	7	14
		<u>% of Total</u>	8.1%	8.1%	16.3%
	<u>ilmu hubungan internasional</u>	<u>Count</u>	6	13	19
		<u>% of Total</u>	7.0%	15.1%	22.1%
	<u>ilmu komunikasi</u>	<u>Count</u>	4	12	16
		<u>% of Total</u>	4.7%	14.0%	18.6%
	<u>ilmu pemerintahan</u>	<u>Count</u>	3	7	10
		<u>% of Total</u>	3.5%	8.1%	11.6%
	<u>ilmu politik</u>	<u>Count</u>	6	4	10
		<u>% of Total</u>	7.0%	4.7%	11.6%
	<u>antropologi</u>	<u>Count</u>	6	2	8
		<u>% of Total</u>	7.0%	2.3%	9.3%
	<u>sosiologi</u>	<u>Count</u>	5	4	9
		<u>% of Total</u>	5.8%	4.7%	10.5%
<u>Total</u>		<u>Count</u>	37	49	86
		<u>% of Total</u>	43.0%	57.0%	100.0%



### Sering Berbelanja Pada Saat HARBOLNAS

			Apakah anda sering berbelanja pada saat HARBOLNAS ?		Total
			Tidak	Ya	
departemen	ilmu administrasi negara	Count	8	6	14
		% of Total	9.3%	7.0%	16.3%
	ilmu hubungan internasional	Count	5	14	19
		% of Total	5.8%	16.3%	22.1%
	ilmu komunikasi	Count	3	13	16
		% of Total	3.5%	15.1%	18.6%
	ilmu pemerintahan	Count	2	8	10
		% of Total	2.3%	9.3%	11.6%
	ilmu politik	Count	4	6	10
		% of Total	4.7%	7.0%	11.6%
	antropologi	Count	2	6	8
		% of Total	2.3%	7.0%	9.3%
	sosiologi	Count	3	6	9
		% of Total	3.5%	7.0%	10.5%
Total		Count	27	59	86
		% of Total	31.4%	68.6%	100.0%

# Codingan SPSS

Untitled2.sav [DataSet1] - IBM SPSS Statistics Data Editor

File Edit View Data Transform Analyze Direct Marketing Graphs Utilities Add-ons Window Help

Visible: 49 of 49 Variables

	no_kuesioner	umur	departemen	jenis_kel...	pekerjaan_ort...	pendapatan_ortu	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X
1	1	20	sosiologi	perempuan	wiraswasta	Rp 1.000.0...	2019-2021	teman	murah	kadang-ka...	shoppe	fashion	Rp 500.00...	dari orang t...	uang sendiri mem	
2	2	20	sosiologi	perempuan	wiraswasta	tidak tahu	2019-2021	teman	murah dan ...	cukup sering	shoppe	belanja lebi...	Rp 500.00...	orang tua d...	uang sendiri men	
3	3	20	sosiologi	perempuan	PNS	Rp 5.000.0...	2016-2018	kerabat/kel...	banyak pili...	cukup sering	media bela...	belanja lebi...	Rp 1.500.0...	dari orang t...	uang sendiri mem	
4	4	21	sosiologi	perempuan	wiraswasta	Rp 1.000.0...	2019-2021	teman	memudahk...	sangat seri...	media bela...	fashion	Rp 500.00...	dari orang t...	uang sendiri menu	
5	5	20	sosiologi	laki-laki	PNS	tidak tahu	2019-2021	kerabat/kel...	murah dan ...	cukup sering	shoppe	belanja lebi...	Rp 1.500.0...	dari orang t...	uang sendiri menu	
6	6	21	sosiologi	perempuan	wiraswasta	Rp 1.000.0...	2019-2021	kerabat/kel...	memudahk...	sangat seri...	media bela...	belanja lebi...	Rp 1.500.0...	dari orang t...	meminta d...	mem
7	7	20	sosiologi	perempuan	wirausaha	Rp 1.000.0...	2019-2021	sosmed,iklan	murah	kadang-ka...	shoppe	fashion	Rp 500.00...	dari orang t...	uang sendiri menu	
8	8	21	sosiologi	perempuan	pelaut	Rp 1.000.0...	2019-2021	sosmed,iklan	murah dan ...	cukup sering	media bela...	belanja lebi...	Rp 500.00...	dari orang t...	uang sendiri menu	
9	9	21	sosiologi	perempuan	wiraswasta	tidak tahu	2016-2018	teman	murah	cukup sering	shoppe	fashion	Rp 1.500.0...	dari orang t...	uang sendiri menu	
10	10	21	ilmu politik	laki-laki	wiraswasta	tidak tahu	2019-2021	sosmed,iklan	banyak pili...	sangat seri...	shoppe	fashion	Rp 500.00...	dari orang t...	uang sendiri menu	
11	11	19	ilmu politik	perempuan	petani	Rp 1.000.0...	2019-2021	teman	memudahk...	kadang-ka...	media bela...	fashion	Rp 1.500.0...	dari orang t...	uang sendiri menu	
12	12	21	ilmu politik	laki-laki	karyawan ...	Rp 1.000.0...	2019-2021	sosmed,iklan	murah dan ...	cukup sering	media bela...	belanja lebi...	Rp 500.00...	orang tua d...	uang sendiri menu	
13	13	20	ilmu politik	perempuan	wiraswasta	Rp 10.000.0...	2016-2018	sosmed,iklan	memudahk...	sangat seri...	media bela...	belanja lebi...	Rp 1.500.0...	dari orang t...	meminta d...	mem
14	14	20	ilmu politik	perempuan	wiraswasta	Rp 5.000.0...	2016-2018	kerabat/kel...	murah dan ...	sangat seri...	shoppe	fashion	Rp 2.500.0...	dari orang t...	uang sendiri mem	
15	15	20	ilmu politik	laki-laki	PNS	Rp 10.000.0...	2019-2021	kerabat/kel...	memudahk...	sangat seri...	shoppe	fashion	Rp 1.500.0...	dari orang t...	uang sendiri menu	
16	16	19	ilmu politik	perempuan	wiraswasta	Rp 1.000.0...	2016-2018	sosmed,iklan	murah dan ...	kadang-ka...	media bela...	belanja lebi...	Rp 500.00...	orang tua d...	uang sendiri menu	
17	17	21	ilmu politik	perempuan	pensiunan	Rp 1.000.0...	2016-2018	sosmed,iklan	memudahk...	cukup sering	media bela...	belanja lebi...	Rp 500.00...	dari orang t...	uang sendiri menu	
18	18	21	ilmu politik	laki-laki	karyawan ...	Rp 5.000.0...	2019-2021	sosmed,iklan	murah dan ...	sangat seri...	media bela...	belanja lebi...	Rp 500.00...	orang tua d...	uang sendi... menu	
19	19	19	ilmu politik	perempuan	wiraswasta	Rp 5.000.0...	2019-2021	teman	memudahk...	sangat seri...	media bela...	belanja lebi...	Rp 500.00...	dari orang t...	uang sendiri mem	
20	20	21	ilmu admin...	perempuan	karyawan ...	tidak tahu	2016-2018	teman	murah	sangat seri...	shoppe	fashion	Rp 1.500.0...	dari orang t...	uang sendiri men	
21	21	21	ilmu admin...	perempuan	wiraswasta	Rp 1.000.0...	2019-2021	4	memudahk...	sangat seri...	media bela...	fashion	Rp 500.00...	dari orang t...	uang sendiri menu	
22	22	20	ilmu admin...	perempuan	wiraswasta	Rp 1.000.0...	2019-2021	kerabat/kel...	murah dan ...	sangat seri...	media bela...	belanja lebi...	Rp 1.500.0...	dari orang t...	uang sendiri menu	

Data View Variable View

Recall recently used dialogs

IBM SPSS Statistics Processor is ready Unicode:OFF

Untitled2.sav [DataSet1] - IBM SPSS Statistics Data Editor

File Edit View Data Transform Analyze Direct Marketing Graphs Utilities Add-ons Window Help

Visible: 49 of 49 Variables

	no_kuesioner	umur	departemen	jenis_kel...	pekerjaan_ort...	pendapatan_ortu	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X
25	25	20	ilmu admin...	perempuan	wirausaha	tidak tahu	2019-2021	sosmed,iklan	memudahk...	kadang-ka...	media bela...	fashion	Rp 500.00...	dari orang t...	uang sendiri menu	
26	26	21	ilmu admin...	perempuan	pensiunan	tidak tahu	2019-2021	sosmed,iklan	murah dan ...	kadang-ka...	media bela...	fashion	Rp 500.00...	dari orang t...	uang sendiri menu	
27	27	21	ilmu admin...	perempuan	karyawan ...	Rp 15.000.0...	2019-2021	teman	memudahk...	cukup sering	media bela...	belanja lebi...	Rp 1.500.0...	dari orang t...	uang sendiri menu	
28	28	20	ilmu admin...	perempuan	wiraswasta	Rp 1.000.0...	2016-2018	teman	memudahk...	sangat seri...	shoppe	belanja lebi...	Rp 1.500.0...	dari orang t...	uang sendiri menu	
29	29	20	ilmu admin...	perempuan	karyawan ...	Rp 1.000.0...	2019-2021	teman	murah dan ...	kadang-ka...	media bela...	belanja lebi...	Rp 500.00...	orang tua d...	uang sendiri menu	
30	30	19	ilmu admin...	perempuan	wirausaha	Rp 1.000.0...	2019-2021	teman	memudahk...	kadang-ka...	media bela...	fashion	Rp 500.00...	orang tua d...	uang sendiri menu	
31	31	20	ilmu admin...	perempuan	PNS	Rp 1.000.0...	2016-2018	sosmed,iklan	memudahk...	kadang-ka...	media bela...	belanja lebi...	Rp 1.500.0...	dari orang t...	uang sendi... mem	
32	32	21	ilmu admin...	perempuan	wiraswasta	Rp 1.000.0...	2019-2021	sosmed,iklan	memudahk...	cukup sering	shoppe	fashion	Rp 500.00...	dari orang t...	uang sendiri menu	
33	33	21	ilmu admin...	perempuan	PNS	Rp 1.000.0...	2019-2021	sosmed,iklan	murah dan ...	kadang-ka...	media bela...	belanja lebi...	Rp 1.500.0...	dari orang t...	meminta d...	menu
34	34	19	ilmu pemer...	perempuan	pensiunan	Rp 1.000.0...	2019-2021	teman	murah	cukup sering	media bela...	belanja lebi...	Rp 500.00...	dari orang t...	uang sendiri mem	
35	35	19	ilmu pemer...	laki-laki	wiraswasta	Rp 1.000.0...	2019-2021	sosmed,iklan	banyak pili...	kadang-ka...	shoppe	fashion	Rp 1.500.0...	dari orang t...	uang sendiri men	
36	36	19	ilmu pemer...	laki-laki	PNS	Rp 1.000.0...	2019-2021	kerabat/kel...	murah	kadang-ka...	media bela...	fashion	Rp 1.500.0...	dari orang t...	uang sendiri men	
37	37	19	ilmu pemer...	perempuan	wiraswasta	tidak tahu	2019-2021	sosmed,iklan	memudahk...	cukup sering	shoppe	fashion	Rp 500.00...	dari orang t...	uang sendiri men	
38	38	20	ilmu pemer...	perempuan	wiraswasta	Rp 1.000.0...	2016-2018	teman	murah	sangat seri...	media bela...	belanja lebi...	Rp 500.00...	dari orang t...	uang sendiri mem	
39	39	19	ilmu pemer...	perempuan	petani	Rp 1.000.0...	2019-2021	teman	memudahk...	kadang-ka...	tiktioik shop	belanja lebi...	Rp 1.500.0...	orang tua d...	uang sendiri menu	
40	40	20	ilmu pemer...	perempuan	wiraswasta	tidak tahu	2019-2021	teman	murah	kadang-ka...	shoppe	belanja lebi...	Rp 500.00...	orang tua d...	uang sendiri menu	
41	41	21	ilmu pemer...	laki-laki	PNS	tidak tahu	2019-2021	sosmed,iklan	murah	cukup sering	media bela...	fashion	Rp 500.00...	dari orang t...	uang sendiri menu	
42	42	21	ilmu pemer...	perempuan	PNS	Rp 5.000.0...	2019-2021	sosmed,iklan	memudahk...	sangat seri...	shoppe	belanja lebi...	Rp 1.500.0...	dari orang t...	uang sendiri menu	
43	43	20	ilmu pemer...	perempuan	PNS	Rp 5.000.0...	2019-2021	teman	banyak pili...	cukup sering	shoppe	alat kecant...	Rp 2.500.0...	dari orang t...	uang sendiri men	
44	44	21	antropologi	perempuan	pelaut	Rp 1.000.0...	2019-2021	teman	memudahk...	kadang-ka...	media bela...	belanja lebi...	Rp 500.00...	orang tua d...	uang sendi... menu	
45	45	20	antropologi	perempuan	pensiunan	Rp 1.000.0...	2019-2021	sosmed,iklan	memudahk...	kadang-ka...	media bela...	belanja lebi...	Rp 1.500.0...	orang tua d...	uang sendiri menu	
46	46	20	antropologi	perempuan	wiraswasta	Rp 5.000.0...	2019-2021	sosmed,iklan	memudahk...	kadang-ka...	media bela...	belanja lebi...	Rp 1.500.0...	orang tua d...	uang sendiri menu	

Data View Variable View

IBM SPSS Statistics Processor is ready Unicode:OFF

## Lampiran 7. *Curriculum Vitae*

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

#### Data Pribadi

Nama : Riska

Tempat/Tanggal Lahir: Tarakan, 06 November 2000

Alamat : Perumahan Mmi Maros

Asal Daerah : Desa Samaenre,  
Kec.Mallawa, Kab. Maros

Jenis Kelamin : Perempuan

Hobi : Traveling

Status Matrial : Belum Menikah

Warga Negara : Indonesia

Agama : Islam

Departemen : Sosiologi

*E-Mail* : *Riiskays@gmail.com*

#### DATA ORANG TUA

Nama Ayah : H. Hatta

Nama Ibu : Hj. Haniah



**Riwayat Pendidikan**

<b>Tahun</b>	<b>Sekolah/Universitas</b>	<b>Jurusan</b>	<b>Jenjang</b>
2007-2013	SDI Al- Irsyad Tarakan	-	Sekolah Dasar
2013-2014	SMP Mulawarman Tarakan	-	Sekolah Menengah Pertama
2014-2015	SMPN 12 mallawa, maros	-	Sekolah Menengah Pertama
2015-2018	SMAN 1 Tarakan	IPS	Sekolah Menengah Atas
2018-2023	Universitas Hasanuddin	Sosiologi	Perguruan Tinggi (S1)

**Riwayat Organisasi**

<b>Tahun</b>	<b>Organisasi</b>	<b>Jabatan</b>
2018-2023	KEMASOS FISIP UNHAS	Anggota