

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. 2010. Manajemen Ekuitas Merek. Jakarta: Mitra Utama.
- Adityo, R. D., dan A. A. Affifudin. 2021. Optimalisasi pendidikan dan lingkungan sehat desa kemiri melalui media informasi digital. *Jurnal Abdi Bhayangkara*. 3(01): 872-878.
- Akhirudin, D. 2022. Efektivitas Iklan Melalui Media sosial *Instagram* pada Toko Inces Olshop. Skripsi. Universitas Pakuan.
- Anggraini, P. 2020. Pengaruh brand trust, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen produk air minum le minerale (*Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo*).
- Ardhanariswari, K. A., dan R. Hendariningrum. 2014. Desain Layout Dalam Iklan Cetak (Analisis Deskriptif pada Iklan di Majalah Kartini). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(3), 259-266.
- Clara, S., R. Hartini, R. Awalia, H. Irianti, N. Ainun. 2018. Komunikasi dan Media Sosial.
- Duriyanto, D. 2003. Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Indonesia.
- Elliyana, E. 2020. Lembaga keuangan dana pasar modal. Kota Malang. Ahli Media Press.
- Ernestivita, G. 2020. Media Promosi Produk UMKM dengan Menggunakan EPIC Model. *Efektor* , 7 (1), 1-14.
- Gracela, A., N. V. Cerlita., dan Z. Zulfannullah. 2022. Pengaruh Insight Media Sosial *Instagram* Terhadap Penjualan Produk Online. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 6(2).
- Hartini, S. 2016. Efektivitas Endorsement Pada Media Sosial *Instagram* Pada Produk Skin Care. *Bina Insani ICT Journal*, 3(1), 43-50.
- Hasanah, N. 2016. Analisis Efektivitas Iklan *Online* Go-Jek di Kalangan Pengguna Media Sosial di Kota Makassar. Skripsi. Universitas Negeri Makassar.
- Hastuti, S. 2013. Efektivitas iklan layanan masyarakat di televisi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 67-72.
- Hidayat, M. K., S. Sauri., dan H. H. Al Gadri. 2023. Analisis Gaya Bahasa Dan Makna Pada Iklan Di Media Digital Serta Pemanfaatannya Sebagai Bahan Pembelajaran Bahasa Indonesia Di Mts. *Sindoro: Cendekia Pendidikan*, 1(2), 10-20.

- Indrawati, K. A. P., I. N. Sudiarta., dan I. W. Suardana. 2017. Efektivitas iklan melalui media sosial facebook dan *Instagram* sebagai salah satu stRategi pemasaran di krisna oleh-oleh khas Bali. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 17(2), 78-83.
- Irawan, A., dan N. Indyastuti. 2013. Pengaruh Kualitas Fitur, Desain, Iklan, Kepuasan Konsumen dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Keinginan Berpindah Merek Handphone (Survei Pada Pengguna Handphone Di Kota Purwokerto). In *Performance* (Vol. 11, No. 2).
- Jefkins dan Frank. 1997. "Periklanan". Jakarta: Erlangga.
- Jackson, A. 2017. "Instagram Marketing Mastery: Learn the Ultimate Secrets for Transforming Your Small Business or Personal Brand With the Power of Instagram Advertising for Beginners; Become a Famous Influencer". English. Jc Publishing.
- Kaplan, A.M., dan M. Haenlein. 2010. Users of the world, unite The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, Vol. 53 No. 1, pp. 59-68.
- Kennedy., E. John, dan R. Soemanagara. 2006. *Marketing Communication*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran PT*. Prenhanllindo. Jakarta.
- Lee, M dan C. Johnson. 2004. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta : Prenada Media.
- Mirsah, A. P. 2020. Efektivitas Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Bisnis Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Makassar Dagang). Skripsi. Universitas Negeri Makassar. Makassar.
- Nasrullah, R. 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Neti, S. 2011. Social media and its role in marketing. *International Journal of Enterprise Computing and Business Systems*, Vol 1, No. 2, p.1-16.
- Octaviani, R., S. Anantanyu., dan H. Ihsaniyati. 2018. Analisis Keefektifan Iklan Sebagai StRategi Komunikasi Pemasaran Produk Jenang CV. Mubarookfood Cipta Delicia Menggunakan EPIC Model. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 14(2), 114-123.
- Peter, J. Paul., and C. O. Jerry. 2000. *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan StRategi Pemasaran Jilid 1*. Edisi Keempat. Jakarta : Erlangga.
- Puspitasari, I. 2009. " Pengaruh Efektivitas Iklan Terhadap Pembentukan Brand Awareness". Tesis Tidak Diterbitkan. Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro.

- Ratna, N. K. 2016. *Stilistika: Kajian Puitika, Bahasa, Dan Budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Salvatore dan Dominick. 2005. *Ekonomi Manajerial dalam Perekonomian Global*. Salemba Empat: Jakarta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan:(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suranto, A. W. 2005. *Komunikasi Perkantoran: Prinsip Komunikasi untuk Meningkatkan Kinerja Perkantoran*. Yogyakarta: Media Wacana
- Utami, S. W. 2022. *Analisis Pengaruh Bauran Iklan Bakso Six One 77 Maiwa Breeding Center Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Di Kota Makassar. Analysis Of The Effect Of Marketing Mix Six One 77 Meatball Of Maiwa Breeding Center Against Customer Satisfaction And Loyalty In The City Of Makassar (Doctoral Dissertation, Universitas Hasanuddin)*.
- Wandayana, A.B. 2012. *Pengaruh Iklan Online terhadap Keputusan Pembelian Produk*. *Creative Communication and Innovative Technology Journal*, Vol.5 No.2.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Petunjuk pengisian:

Jawablah pernyataan berikut dengan mengisi jawaban atau memberikan tanda centang pada kotak yang tersedia di bawah ini!

Data Responden

Nama Responden	:		
Jenis Kelamin	:	<input type="checkbox"/>	Laki-Laki
		<input type="checkbox"/>	Perempuan
Usia	:	<input type="checkbox"/>	< 15 th
	:	<input type="checkbox"/>	15 – 20 th
	:	<input type="checkbox"/>	21 – 25 th
	:	<input type="checkbox"/>	26 – 30 th
	:	<input type="checkbox"/>	> 30 th
Jenis Pekerjaan	:	<input type="checkbox"/>	PNS
	:	<input type="checkbox"/>	Wiraswasta
	:	<input type="checkbox"/>	Pelajar/Mahasiswa
	:	<input type="checkbox"/>	Lainnya

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Untuk pernyataan berikut, dimohon kiranya berkenan memberi jawaban sesuai dengan keadaan yang dirasakan selama ini, dengan cara memberi tanda centang pada pilihan yang disediakan oleh peneliti di kolom pernyataan (yang paling sesuai dengan kondisi anda) dengan ketentuan:

- SS : Sangat Setuju
 S : Setuju
 BS : Biasa Saja
 TS : Tidak Setuju
 STS : Sangat Tidak Setuju

Keterangan Bobot Nilai:

- Sangat Setuju = 5
 Setuju = 4
 Biasa Saja = 3
 Tidak Setuju = 2
 Sangat Tidak Setuju = 1

Daftar Pernyataan Efektivitas Iklan Produk Bakso Six One 77 Melalui Sosial Media *Instagram*.

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	BS	TS	STS
Indikator <i>Empathy</i>						
1.	Saya kurang tertarik pada postingan produk Bakso Six One 77 di <i>Instagram</i>					
2.	Saya merasa postingan Bakso Six One 77 kurang menggambarkan kepedulian terkait kebutuhan konsumen					
3.	Saya merasa <i>design</i> postingan Bakso Six One 77 agak membosankan					
Indikator <i>Persuasion</i>						
4.	Setelah melihat postingan di <i>Instagram</i> , saya tidak merasa ada keinginan kuat untuk membeli produk					
5.	Saya merasa iklan produk Bakso Six One 77 di <i>Instagram</i> kurang jelas dalam					

	menyampaikan informasi tentang keunggulan produk atau penawaran khusus					
6.	Postingan Bakso Six One 77 di <i>Instagram</i> tidak memiliki ciri khas yang membedakan dengan produk sejenis lainnya					
7.	Saya merasa iklan produk Bakso Six One 77 di <i>Instagram</i> tidak memberikan informasi yang cukup terkait kualitas produk					
Indikator Impact						
8.	Saya merasa iklan produk Bakso Six One 77 di <i>Instagram</i> tidak berhasil membuat saya tertarik untuk membeli produk					
9.	Saya belum mengetahui perbedaan produk Bakso Six One 77 dengan produk sejenis					
Indikator Communication						
10.	Postingan yang sangat kurang dan tidak konsisten dalam menginformasikan produk					
11.	Postingan kurang dapat menggambarkan pengalaman konsumen setelah mencoba produk					
12.	Saya kurang dapat mengingat pesan yang disampaikan melalui postingan Bakso Six One 77 di <i>Instagram</i>					

Lampiran 2. Skor Rata-Rata Hasil Analisis Deskriptif

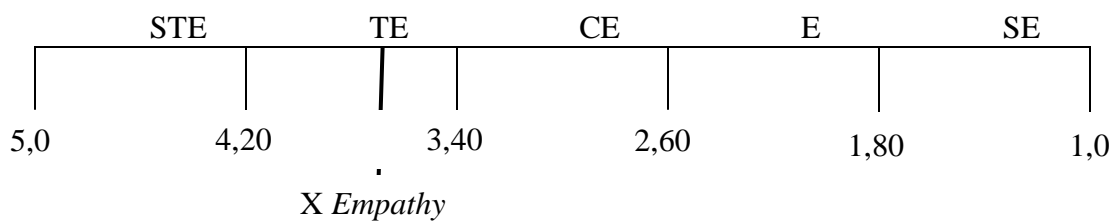
- *Empathy*

$$X (E1) = \frac{(1 \times 5) + (2 \times 12) + (3 \times 24) + (4 \times 39) + (5 \times 20)}{100} = 3,57$$

$$X (E2) = \frac{(1 \times 4) + (2 \times 18) + (3 \times 36) + (4 \times 38) + (5 \times 14)}{100} = 3,40$$

$$X (E3) = \frac{(1 \times 4) + (2 \times 14) + (3 \times 17) + (4 \times 46) + (5 \times 19)}{100} = 3,62$$

$$X \text{ Empathy} = \frac{3,57 + 3,40 + 3,62}{3} = 3,53$$



- *Persuasion*

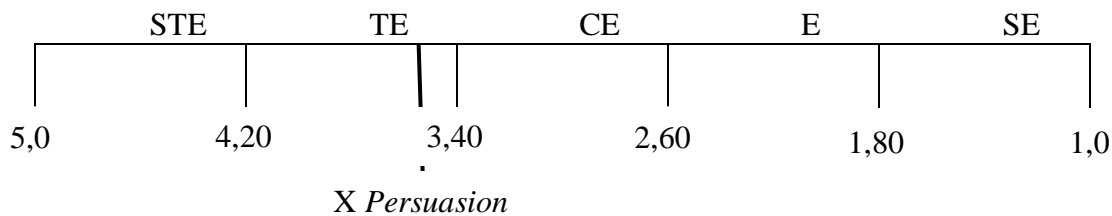
$$X (P1) = \frac{(1 \times 7) + (2 \times 14) + (3 \times 21) + (4 \times 43) + (5 \times 15)}{100} = 3,45$$

$$X (P2) = \frac{(1 \times 4) + (2 \times 23) + (3 \times 13) + (4 \times 41) + (5 \times 13)}{100} = 3,36$$

$$X (P3) = \frac{(1 \times 3) + (2 \times 15) + (3 \times 12) + (4 \times 49) + (5 \times 21)}{100} = 3,70$$

$$X (P4) = \frac{(1 \times 2) + (2 \times 25) + (3 \times 15) + (4 \times 46) + (5 \times 12)}{100} = 3,41$$

$$X \text{ Persuasion} = \frac{3,45 + 3,36 + 3,70 + 3,41}{4} = 3,48$$

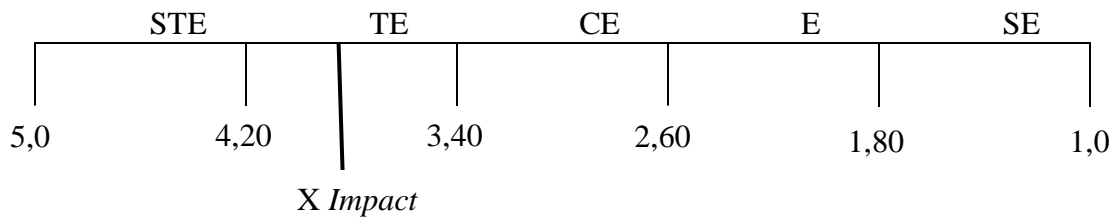


- *Impact*

$$X(I1) = \frac{(1 \times 5) + (2 \times 12) + (3 \times 24) + (4 \times 44) + (5 \times 15)}{100} = 3,52$$

$$X(I2) = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 13) + (3 \times 19) + (4 \times 46) + (5 \times 22)}{100} = 3,77$$

$$X \text{ Impact} = \frac{3,52 + 3,77}{2} = 3,64$$



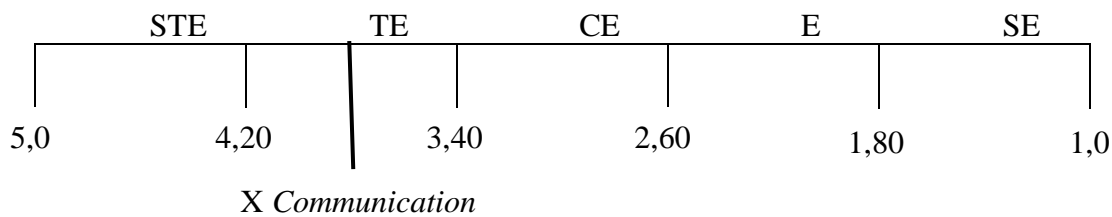
- *Communication*

$$X(C1) = \frac{(1 \times 1) + (2 \times 18) + (3 \times 19) + (4 \times 43) + (5 \times 18)}{100} = 3,57$$

$$X(C2) = \frac{(1 \times 2) + (2 \times 9) + (3 \times 19) + (4 \times 52) + (5 \times 18)}{100} = 3,75$$

$$X(C3) = \frac{(1 \times 2) + (2 \times 8) + (3 \times 18) + (4 \times 60) + (5 \times 12)}{100} = 3,72$$

$$X \text{ Communication} = \frac{3,57 + 3,75 + 3,72}{3} = 3,68$$



- *EPIC Rate*

$$\text{EPIC Rate} = \frac{X \text{ Empathy} + X \text{ Persuasion} + X \text{ Impact} + X \text{ Communication}}{4}$$

$$\text{EPIC Rate} = \frac{3,53 + 3,48 + 3,64 + 3,68}{4} = 3,58$$

Lampiran 3. Tabulasi Data

Responden	Item pertanyaan Kuesioner Efektivitas Iklan Produk Bakso Six One 77 Melalui Instagram												TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	5	4	4	4	3	5	4	5	3	5	4	4	50
2	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	46
4	3	3	4	3	2	4	2	3	2	4	4	4	38
5	4	3	4	4	3	4	2	3	4	3	2	4	40
6	4	2	4	3	2	4	3	4	2	4	4	4	40
7	3	2	3	2	3	4	3	3	5	4	4	2	38
8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
9	5	5	4	3	4	3	2	3	2	5	5	3	44
10	2	3	2	2	2	4	3	3	3	3	4	4	35
11	2	3	3	3	2	2	2	2	4	3	3	4	33
12	3	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	43
13	4	5	4	3	2	4	4	3	5	5	3	4	46
14	3	4	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	33
15	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	33
16	1	1	1	1	3	2	2	2	3	2	2	2	22
17	2	2	2	2	4	4	5	3	5	2	5	4	40
18	4	4	5	4	4	2	2	3	4	4	4	4	44
19	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	4	3	30
20	3	2	4	2	3	4	4	2	5	3	5	4	41
21	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	15
22	4	2	4	2	3	3	2	3	3	4	4	4	38
23	3	3	3	3	2	4	2	3	3	2	3	3	34
24	5	4	2	4	3	3	3	2	3	2	3	3	37
25	3	2	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	24
26	4	3	2	5	3	5	4	3	4	2	4	4	43
27	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	27
28	3	4	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	42
29	3	3	4	2	3	4	2	2	2	3	4	3	35
30	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	4	3	41
31	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	43
32	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
33	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	1	5	24
34	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	2	3	41
35	4	2	4	4	2	2	2	4	2	2	4	4	36
36	5	5	5	5	3	4	4	5	3	4	4	4	51
37	1	2	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	25
38	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	57
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
40	4	3	5	4	5	5	3	5	4	5	4	4	51
41	2	3	2	2	2	3	3	2	4	3	3	4	33

42	2	2	4	2	2	2	2	3	3	3	4	2	31
43	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	54
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
45	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	28
46	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
47	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	52
48	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	53
49	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	57
50	1	1	2	1	2	2	2	1	3	2	4	4	25
51	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	57
52	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	57
53	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49
54	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	50
55	2	2	4	3	2	4	2	3	2	2	2	2	30
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	58
57	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	57
58	3	3	5	4	2	4	2	4	2	3	3	5	40
59	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	52
60	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	41
61	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	56
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
63	4	4	5	5	3	2	5	5	3	5	5	3	49
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
65	4	3	2	5	4	5	3	3	2	2	4	4	41
66	2	2	3	3	2	3	2	3	4	2	2	3	31
67	3	4	4	3	2	4	2	3	4	3	4	4	40
68	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	52
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
71	3	2	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	38
72	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	53
73	4	4	3	4	4	4	3	5	5	4	5	5	50
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	57
75	2	2	2	1	1	2	2	1	3	1	2	1	20
76	4	3	5	5	3	3	3	5	4	4	4	4	47
77	3	4	2	4	5	5	4	4	5	3	3	3	45
78	3	3	3	4	4	3	4	4	5	3	3	4	43
79	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	44
80	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
81	4	4	5	3	4	3	3	4	3	3	5	4	45
82	5	3	4	3	3	3	2	2	2	5	4	3	39
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
84	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
85	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	46
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
88	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	42
89	3	3	3	3	4	4	4	3	5	4	4	3	43

90	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	30
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
95	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
97	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	50
98	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
99	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
100	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	49

Lampiran 4. Uji Validitas

No	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
<i>Indikator Empathy</i>				
1	Saya kurang tertarik pada postingan produk Bakso Six One 77 di <i>Instagram</i>	0.920	0.361	Valid
2	Saya merasa postingan Bakso Six One 77 kurang menggambarkan kepedulian terkait kebutuhan konsumen	0.887	0.361	Valid
3	Saya merasa design postingan Bakso Six One 77 agak membosankan	0.864	0.361	Valid
<i>Indikator Persuasion</i>				
1	Setelah melihat postingan di <i>Instagram</i> , saya tidak merasa ada keinginan kuat untuk membeli produk	0.858	0.361	Valid
2	Saya merasa iklan produk Bakso Six One 77 di <i>Instagram</i> kurang jelas dalam menyampaikan informasi tentang keunggulan produk atau penawaran khusus	0.887	0.361	Valid
3	Postingan Bakso Six One 77 di <i>Instagram</i> tidak memiliki ciri khas yang membedakan dengan produk sejenis lainnya	0.862	0.361	Valid
4	Saya merasa iklan produk Bakso Six One 77 di <i>Instagram</i> tidak memberikan informasi yang cukup terkait kualitas produk	0.874	0.361	Valid
<i>Indikator Impact</i>				
1	Saya merasa iklan produk Bakso Six One 77 di <i>Instagram</i> tidak berhasil membuat saya tertarik untuk membeli produk	0.860	0.361	Valid
2	Saya belum mengetahui perbedaan produk Bakso Six One 77 dengan produk sejenis	0.823	0.361	Valid
<i>Indikator Communication</i>				
1	Postingan yang sangat kurang dan tidak konsisten dalam menginformasikan produk	0.849	0.361	Valid
2	Postingan kurang dapat menggambarkan pengalaman konsumen setelah mencoba produk	0.823	0.361	Valid
3	Saya kurang dapat mengingat pesan yang disampaikan melalui postingan Bakso Six One 77 di <i>Instagram</i>	0.832	0.361	Valid

Lampiran 5. Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

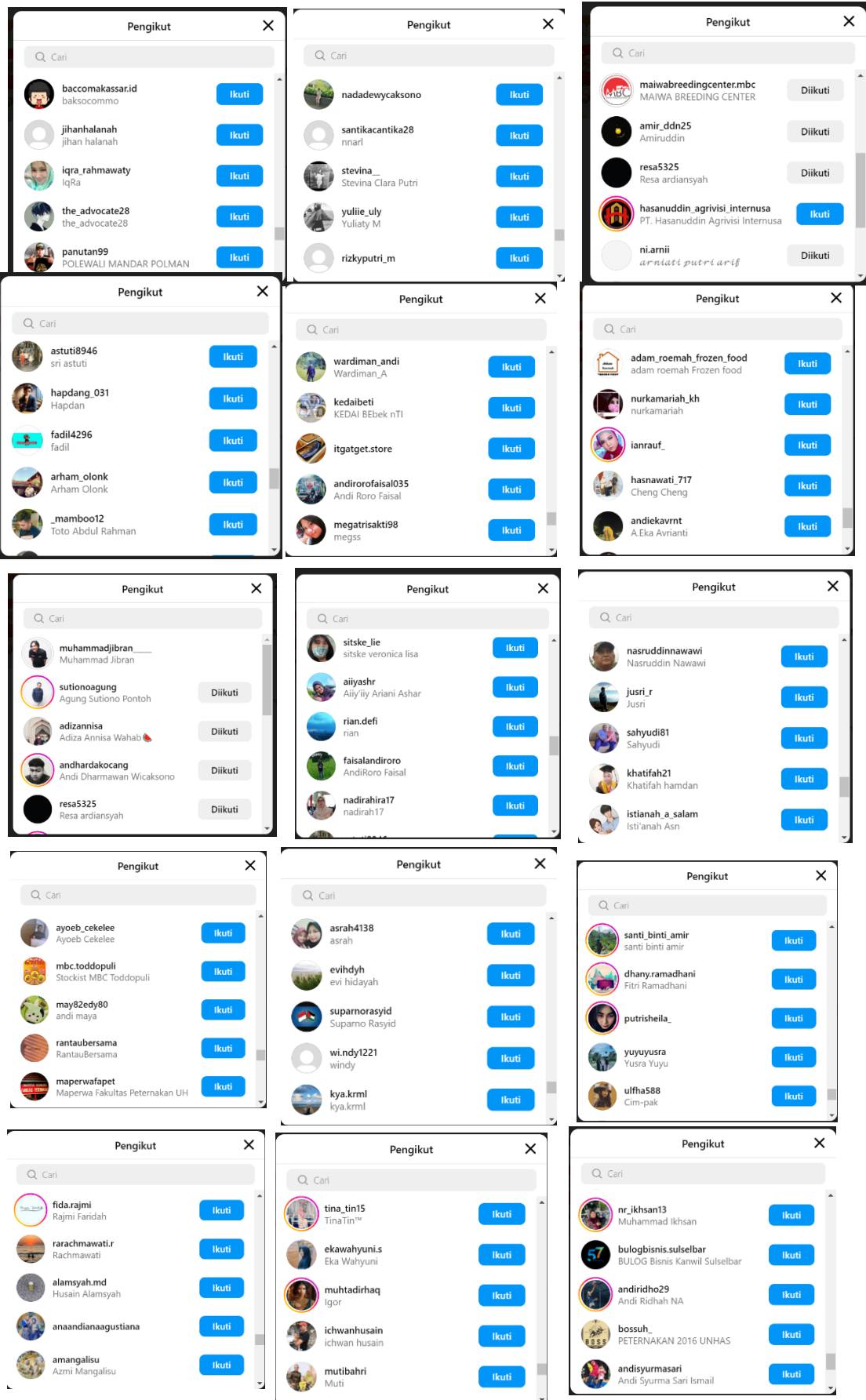
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.942	12

Lampiran 6. Akun Followers Bakso Six One 77



Lampiran 7. Nilai F Tabel Uji Validitas

Tabel r untuk df = 1 - 50					
df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8963
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126

37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748

73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123

107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652

150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643
-----	--------	--------	--------	--------	--------

Tabel r untuk df = 151 - 200

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400

184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298

RIWAYAT HIDUP



Muhammad Jibrán, atau biasa dipanggil Ibank lahir di Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Pada hari Rabu, tanggal 2 Februari 2000. Anak pertama dari empat bersaudara, dari pasangan Muhammad Yahya Saleh dan Nurul Fatiha Lasida. Penulis menempuh jenjang pendidikan formal di TK Aisyah tahun 2004–2006 di Majene, Sulawesi Barat. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SD Negeri 2 Kampung Baru di Kecamatan Majene, Sulawesi Barat pada tahun 2006–2012. Penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 6 Kecamatan Topoyo, Sulawesi Barat. Kemudian penulis melanjutkan pendidikannya di SMA Negeri 1 Kolaka, Sulawesi Tenggara tahun 2015–2018. Penulis aktif dalam organisasi OSIS pada tahun 2017-2018. Penulis melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Negeri dan lulus melalui Jalur SBMPTN di Program Studi Peternakan, Fakultas Peternakan, Universitas Hasanuddin, Makassar. Selama menyandang predikat sebagai mahasiswa, penulis aktif berorganisasi di Senat Mahasiswa Fakultas Peternakan, Himpunan Mahasiswa Produksi Ternak Fakultas Peternakan, Forum Studi Ilmiah Fakultas Peternakan, UKM Panahan Universitas Hasanuddin, Himpunan Mahasiswa Islam Fakultas Peternakan, Forum Diskusi Mahasiswa Topoyo, serta Forum Awardee Beasiswa Unggulan. Tahun 2021 penulis meraih predikat sebagai mahasiswa berprestasi Fakultas Peternakan. Penulis juga berkesempatan menjadi Asisten laboratorium Biokimia. Saat ini penulis juga aktif di Kantor Urusan Internasional Universitas Hasanuddin sebagai Student Volunteer dan juga aktif dalam kegiatan-kegiatan Internasional yang diadakan Universitas Hasanuddin.