

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, D. M., & Prasetya, O. A. (2023). PENGARUH IKLAN MEDIA SOSIAL DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. *Dynamic Management Journal*, 7(2). <https://doi.org/10.31000/dmj.v7i2>
- Arsi, A., & Herianto. (2021). LANGKAH-LANGKAH UJI VALIDITAS REALIBILITAS INSTRUMEN DENGAN MENGGUNAKAN SPSS. <https://osf.io/m3qxs/download>
- Artiningsih, M. (2020). *101 Intisari Menjual Berlipat-lipat* (A. E. Saputra, Ed.; 1 ed.). Andaliman Books.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran* (A. H. Zein, A. D. Nabila, & A. Y. Wati, Ed.; 1 ed.). Deepublish.
- Bakti, U., Haerudin, & Alie, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. Dalam *Jurnal Ekonomi* (Vol. 22, Nomor 1). <https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>
- Bidang Akademik FEB-UNHAS. (2023). *Data Mahasiswa Aktif*.
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee). Dalam *Humaniora Dan Kebijakan Publik* (Vol. 5).
- Charlesworth, A. (2018). *Digital Marketing A Practical Approach Third Edition*.
- Desi, D. E. (2021). Pengaruh Budaya Organisasi, Kompetensi dan Penempatan terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Dinas Pendidikan Kota Sungai Penuh. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 6(1), 62. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.228>
- Fadillah, K. N., & Fadili, D. A. (2023). Pengaruh Harga, Iklan Media Sosial dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Café Dots Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(11), 269–280. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8088351>
- Fatniar, N. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Amanda Brownies Alauddin Kota Makassar*.
- Febriani, F. R., & Cahya, S. B. (2022). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN SALES PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN

- FITUR SHOPEE- FOOD (STUDI PADA MAHASISWA AKTIF FEB UNESA). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10.
- Fernández-Bonilla, F., Gijón, C., & De la Vega, B. (2022). E-commerce in Spain: Determining factors and the importance of the e-trust. *Telecommunications Policy*, 46(1). <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2021.102280>
- Hartawan, E., Liu, D., Handoko, M. R., Evan, G., Hartawan, E., Liu, D., Handoko, M. R., Evan, G., & Widjojo, H. (2021). PENGARUH IKLAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT PADA E-COMMERCE. 8(1), 217–228.
- Haryanto, H., & Trisunarno, L. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9.
- Herison, R., Fachmi, M., & Kristi Ismail, I. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Jasa Grab Food di Kota Makassar. *Amkop Management Accounting Review (AMAR)*, 1(2), 24–31. <https://doi.org/10.37531/amar.v1i2.131>
- Ibrahim, M., & Thawil, S. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4, 175–182.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). KONSEP UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS DENGAN MENGGUNAKAN SPSS. <https://osf.io/v9j52/download>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (S. Yagan & Svendsen Eric, Ed.; 14 ed.). Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2018). *Management Information Systems Managing the Digital Firm* (Fifteenth). Pearson Education.
- Mardiatmoko, G. (2020). PENTINGNYA UJI ASUMSI KLASIK PADA ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Maukana, D. (2022). PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, IKLAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PENGGUNA FITUR SHOPEE FOOD PADA APLIKASI SHOPEE. <http://repository.stiemahardhika.ac.id/3279/>
- Permana, A. I. (2020). PENGARUH KUALITAS WEBSITE, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP MINAT

- BELI PELANGGAN DI SITUS BELANJA ONLINE BUKALAPAK. *EKONOMI BISNIS*, 25(2), 94–109. <https://doi.org/10.33592/jeb.v25i2.422>
- Purbohastuti, A. wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK SHOPEE MELALUI CELEBRITY ENDORSER. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2480>
- Putih, P. S., & Wardhani, N. ika K. (2022). Dampak Minat Beli Pada Platform Shopeefood. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2). <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2406>
- Risald, & Lafu, L. S. (2021). IMPLEMENTASI SISTEM PENJUALAN ONLINE BERBASIS E-COMMERCE PADA USAHA UKM IKE SUTI MENGGUNAKAN METODE WATERFALL. Dalam *JOURNAL OF INFORMATION AND TECHNOLOGY UNIMOR*.
- Salsyabila, S. R., Pradipta, A. R., & Kusnanto, D. (2021). *Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pada marketplace shopee*. 13(1), 37–46. www.iprice.co.id
- Shiratina, A., Indika, D. R., Komariyah, I., Kania, D., & Solihin, E. H. (2020). Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital. Dalam *Jurnal Sain Manajemen* (Vol. 2, Nomor 1). <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Sinaga, M. (2022). *Pengaruh Discount dan Iklan Shopee terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan*. www.databoks.katadata.co.id
- Situmorang, M., & Susanti, Y. (2020). *Pemodelan Indeks Keparahan Kemiskinan di Indonesia Menggunakan Analisis Regresi Robust*.
- Suasapha, A. H. (2020). SKALA LIKERT UNTUK PENELITIAN PARIWISATA; BEBERAPA CATATAN UNTUK MENYUSUNNYA DENGAN BAIK. *JURNAL KEPARIWISATAAN*, 19(1), 26–37. <https://doi.org/10.52352/jpar.v19i1.407>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen* (Setiyawami, Ed.). Alfabeta.
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, L. S. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN IKLAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI DI E-COMMERCE SHOPEE (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SAM RATULANGI MANADO). Dalam *304 Jurnal EMBA* (Vol. 9).
- Susanti, A., & Hidayat, I. (2015). *PENGARUH HUTANG DAN MODAL SENDIRI TERHADAP PROFITABILITAS*. <http://www.idx.co.id>

- Tim Intera. (2021). *Iklan Digital Boncos, Gimana Solusinya* (Tim Intera, Ed.). INTERA.
- Utami, M., Handayani, T., & Pusporini. (2019). *Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah* (Vol. 2). www.keuangankontan.co.id
- Wibisono, D. (2013). *Paduan Penyusunan Skripsi, Tesis dan Disertasi* (N. WK, Ed.; I). ANDI Yogyakarta.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2).
- Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Sinestesa Coffeeshop Pati). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 2022–2559. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772>
- Yuliara, I. M. (2016). *REGRESI LINIER BERGANDA*.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Biodata Diri.**IDENTITAS DIRI**

Nama : Angelina.

Tempat, Tanggal Lahir : Pepuro Barat, 21 Desember 2002

Jenis Kelamin : Perempuan.

Agama : Hindu

Alamat : BTN Sakinah Blok E5/02

No. Handphone : 081355829589

E-mail : naangelina1221@gmail.com

Riwayat Pendidikan:**A. Pendidikan Formal:**

1. 2008-2013 : SDN 110 Saele.
2. 2014-2017 : SMPN 04 Wotu.
3. 2017-2020 : SMAN 18 Makassar.

B. Pendidikan Non-Formal:

1. 2020 : Pelatihan Basic Learning Skill, Character, and Creativity (BALANCE).
2. 2021 :Latihan Kepemimpinan Mahasiswa Manajemen (LKMM) Immaj FEB-UH.

Prestasi**A. Prestasi Akademik**

1. Penerima Beasiswa Kabupaten Luwu Timur (2021 dan 2022)
2. Penerima Beasiswa Karya Salemba Empat (KSE) (2022)

B. Prestasi Non-Akademik

1. Ketua Tim Penerima dana usaha PMW 2022
2. Ketua Tim Penerima dana usaha P2MW 2023

Pengalaman Organisasi:

1. Pengurus Badan Eksekutif IPMIL RAYA UNHAS (2022)
2. Pengurus HIMPI PT UNHAS (2022)
3. Pengurus UKM Start-Up UNHAS (2022)
4. Anggota Komunitas Tangan Di Atas (TDA) Kampus (2022)
5. Pengurus Ikatan Mahasiswa Manajemen (IMMAJ) (2023)
6. Pengurus Dewan Musyawarah IPMIL RAYA UNHAS (2023)
7. Anggota PPK ORMAWA UKM Start-Up UNHAS (2023)

Pengalaman Kerja:

1. Pernah bekerja sebagai audit di PT Olam Indonesia Makassar (2022)
2. Peserta Magang di Bank BCA KCU Blitar (2023)

Demikian data ini dibuat dengan sebenarnya.

Makassar, November 2023

Angelina

Lampiran 2: Pertanyaan Kuesioner

KUESIONER

**Pengaruh Kualitas Layanan dan Iklan Digital Terhadap Minat Beli
Konsumen (Studi kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin Angkatan 2021 dan 2022)**

Kepada Yth:

Saudara/i
Mahasiswa FEB UH
Di Tempat,

Dengan Hormat,

Sehubung dengan Penyusunan skripsi Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang berjudul '**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN IKLAN DIGITAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEM PADA MERCHANT SHOPEEFOOD (Studi Kasus Pada Mahasiswa "Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Angkatan 2021 dan 2022)"**', Saya:

Nama : Angelina
NIM : A021201075

Memohon kesediaan Saudara/i mahasiswa FEB UH untuk mengisi kuesioner yang saya ajukan sesuai dengan pengalaman anda dalam melakukan pembelian melalui Shopeefood. Dengan penelitian ini diharapkan menjadi referensi untuk mempelajari permasalahan yang berhubungan dengan Minat Beli. **Sesuai dengan etika penelitian bahwa jawaban yang Anda berikan akan dijamin kerahasiaannya dan tidak akan dipublikasi.** Atas perhatian dan kesediaan Saudara/i dalam mengisi Kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Peneliti

Angelina

I. Petunjuk Pengisian:

1. Jawablah pertanyaan ini dengan jujur dan benar.
2. Bacalah terlebih dahulu pertanyaan dengan cermat sebelum anda memulai untuk menjawabnya.
3. Pilihlah satu jawaban yang anda anggap paling benar.
4. Setiap responden hanya dapat memilih satu jawaban saja.
5. Keterangan Skor Penilaian:
 - 5 : Sangat Setuju (SS)
 - 4 : Setuju (S)
 - 3 : Netral (N)
 - 2 : Tidak Setuju (TS)
 - 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

II. Identitas Responden

Berilah tanda silang (x) pada pertanyaan tentang karakteristik responden dibawah ini:

1. Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
2. Jurusan :
 a. Ilmu Ekonomi b. Manajemen c. Akuntansi
3. Angkatan :
 a. 2021 b. 2022

Kualitas Layanan (X1)

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Bukti Fisik (Tangibles)						
1.	Konsumen merasa nyaman saat menggunakan fitur ShopeeFood karena kemudahan dalam bertransaksi.					
Keandalan (Reliability)						
2.	ShopeeFood memberikan rekomendasi makanan dan minuman yang menarik kepada konsumen.					
Ketanggapan (Responsiveness)						

Iklan Digital (X2)

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
12	Iklan seller Shopeefood pada sosial media Instagram membuat saya tertarik membeli produk yang ada di iklan tersebut.					
13	Iklan seller Shopeefood pada sosial media Instagram membuat saya tertarik mencari tahu berbagai produk yang dijual merchant tersebut.					
Dapat Menimbulkan tindakan						
14	Iklan Seller Shopeefood pada sosial media Instagram membuat saya ingin membeli produk yang ada di iklan tersebut.					

Minat Beli Konsumen (Y)

[illegible]

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
21	saya tertarik mencari tahu produk yang dijual <i>merchant</i> Shopeefood setelah melihat iklan pada Instagram terkait <i>merchant</i> tersebut.					

Lampiran 3: Jawaban Responden

X1 : Kualitas Layanan

No	Jenis Kelamin	Jurusan	Thn	Pertanyaan X (1) Kualitas Layanan							Total
				X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1
1	Laki-Laki	Ilmu Ekonomi	2021	4	5	4	4	4	4	4	29
2	Laki-Laki	Ilmu Ekonomi	2022	4	4	4	3	3	4	4	26
3	Laki-Laki	Akuntansi	2022	4	3	4	4	5	3	4	27
4	Laki-Laki	Manajemen	2022	5	5	5	5	4	4	4	32
5	Laki-Laki	Akuntansi	2022	3	3	3	3	3	3	3	21
6	Laki-Laki	Akuntansi	2022	4	4	5	5	5	4	5	32
7	Laki-Laki	Manajemen	2021	5	5	5	5	5	5	5	35
8	Laki-Laki	Akuntansi	2022	3	3	4	4	5	4	5	28
9	Laki-Laki	Akuntansi	2022	3	3	3	3	3	3	3	21
10	Perempuan	Manajemen	2021	4	4	4	4	4	4	4	28
11	Laki-Laki	Akuntansi	2022	4	5	3	3	5	2	3	25
12	Perempuan	Akuntansi	2021	1	1	1	1	1	1	1	7
13	Laki-Laki	Manajemen	2021	4	4	5	4	4	4	4	29
14	Perempuan	Manajemen	2021	5	5	4	4	5	5	4	32
15	Laki-Laki	Manajemen	2021	3	3	3	3	3	3	4	22
16	Perempuan	Manajemen	2022	5	4	5	4	5	4	2	29
17	Perempuan	Akuntansi	2022	4	4	4	4	4	4	3	27
18	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	3	3	2	2	4	4	4	22
19	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	4	3	3	3	3	3	3	22
20	Laki-Laki	Manajemen	2021	5	4	5	4	4	4	4	30
21	Perempuan	Manajemen	2021	5	5	4	4	4	3	3	28
22	Laki-Laki	Manajemen	2021	3	4	4	5	5	3	3	27
23	Perempuan	Manajemen	2021	5	4	5	5	5	5	5	34
24	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	3	3	3	3	4	4	4	24

No	Jenis Kelamin	Jurusan	Thn	Pertanyaan X (1) Kualitas Layanan							Total
				X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1
25	Perempuan	Manajemen	2021	3	4	3	3	4	4	4	25
26	Perempuan	Manajemen	2022	1	2	1	2	2	2	1	11
27	Perempuan	Manajemen	2021	5	5	5	5	5	5	5	35
28	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	3	4	3	3	4	4	4	25
29	Laki-Laki	Ilmu Ekonomi	2021	3	3	4	3	4	3	3	23
30	Laki-Laki	Akuntansi	2022	5	5	4	4	4	4	4	30
31	Perempuan	Manajemen	2022	4	5	5	3	4	2	4	27
32	Laki-Laki	Manajemen	2021	5	5	4	5	4	4	5	32
33	Perempuan	Akuntansi	2021	4	4	3	4	4	4	4	27
34	Laki-Laki	Akuntansi	2021	5	4	4	4	4	3	3	27
35	Laki-Laki	Akuntansi	2021	5	4	5	5	5	5	3	32
36	Perempuan	Akuntansi	2021	2	4	4	4	5	5	5	29
37	Perempuan	Akuntansi	2021	4	3	4	3	4	4	4	26
38	Perempuan	Akuntansi	2022	4	4	5	5	5	5	5	33
39	Perempuan	Akuntansi	2021	5	5	5	5	5	5	5	35
40	Perempuan	Akuntansi	2021	5	5	5	5	5	5	5	35
41	Perempuan	Akuntansi	2021	3	4	3	3	4	3	3	23
42	Laki-Laki	Manajemen	2021	4	4	4	4	4	4	4	28
43	Laki-Laki	Manajemen	2021	4	5	4	4	4	4	5	30
44	Laki-Laki	Manajemen	2021	3	3	3	3	3	3	3	21
45	Perempuan	Akuntansi	2021	5	4	4	3	5	4	3	28
46	Perempuan	Manajemen	2022	5	5	5	5	5	5	5	35
47	Perempuan	Manajemen	2022	5	5	5	5	4	3	4	31
48	Perempuan	Akuntansi	2021	3	4	4	4	5	3	3	26
49	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	3	4	4	3	4	4	4	26
50	Perempuan	Manajemen	2022	4	4	3	3	5	4	4	27
51	Laki-Laki	Manajemen	2022	5	5	5	4	5	5	5	34
52	Laki-Laki	Ilmu Ekonomi	2022	4	4	4	4	4	4	4	28
53	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	3	3	3	3	3	3	3	21
54	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	5	4	4	3	5	4	5	30
55	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	4	4	4	3	3	4	4	26
56	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	3	3	3	3	3	3	3	21

No	Jenis Kelamin	Jurusan	Thn	Pertanyaan X (1) Kualitas Layanan							Total
				X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1
57	Laki-Laki	Ilmu Ekonomi	2022	4	4	4	4	5	4	4	29
58	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	4	4	4	4	4	4	4	28
59	Laki-Laki	Ilmu Ekonomi	2022	5	5	4	4	5	3	3	29
60	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	5	5	5	5	5	5	5	35
61	Laki-Laki	Ilmu Ekonomi	2022	5	4	4	4	4	3	4	28
62	Perempuan	Akuntansi	2021	3	3	3	4	3	4	4	24
63	Laki-Laki	Manajemen	2021	5	3	3	2	5	5	5	28
64	Perempuan	Manajemen	2021	4	4	4	4	4	3	4	27
65	Perempuan	Manajemen	2022	5	5	4	5	5	5	5	34
66	Laki-Laki	Manajemen	2021	3	4	3	3	4	4	3	24
67	Laki-Laki	Manajemen	2022	5	3	3	3	3	3	3	23
68	Laki-Laki	Manajemen	2022	5	4	3	4	3	4	5	28
69	Perempuan	Manajemen	2022	4	4	4	4	5	3	4	28
70	Perempuan	Manajemen	2021	4	4	4	4	4	4	4	28
71	Perempuan	Akuntansi	2022	4	4	3	4	4	3	3	25
72	Perempuan	Akuntansi	2022	3	5	3	3	5	4	5	28
73	Perempuan	Akuntansi	2021	4	4	5	4	5	4	4	30
74	Laki-Laki	Akuntansi	2021	4	4	4	4	4	4	4	28
75	Perempuan	Akuntansi	2022	4	3	4	4	5	4	5	29
76	Perempuan	Akuntansi	2022	4	5	3	3	4	4	5	28
77	Laki-Laki	Manajemen	2021	4	4	3	3	4	4	4	26
78	Laki-Laki	Akuntansi	2021	4	4	4	4	4	4	5	29
79	Perempuan	Manajemen	2022	5	5	5	4	4	4	5	32
80	Perempuan	Manajemen	2022	4	4	4	4	5	2	4	27
81	Laki-Laki	Manajemen	2021	5	5	5	5	5	5	5	35
82	Perempuan	Akuntansi	2021	5	5	3	3	3	4	3	26
83	Perempuan	Akuntansi	2021	5	4	4	4	5	4	4	30
84	Perempuan	Akuntansi	2021	3	5	3	3	3	3	3	23
85	Perempuan	Akuntansi	2021	3	4	3	3	4	3	3	23
86	Perempuan	Akuntansi	2021	4	5	4	4	5	4	4	30
87	Laki-Laki	Akuntansi	2022	3	4	5	5	5	4	4	30
88	Laki-Laki	Akuntansi	2022	5	4	4	4	4	5	5	31
89	Perempuan	Akuntansi	2022	5	5	5	5	5	5	5	35
90	Perempuan	Akuntansi	2021	5	5	5	5	5	5	5	35

No	Jenis Kelamin	Jurusan	Thn	Pertanyaan X (1) Kualitas Layanan							Total
				X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1
91	Laki-Laki	Manajemen	2021	4	5	4	5	5	4	4	31
92	Perempuan	Akuntansi	2021	4	4	4	5	5	3	5	30
93	Laki-Laki	Manajemen	2022	3	4	3	2	3	3	3	21
94	Laki-Laki	Manajemen	2022	3	3	2	3	3	3	3	20
95	Perempuan	Manajemen	2022	5	4	5	3	5	4	4	30
96	Laki-Laki	Manajemen	2022	3	3	4	4	3	3	3	23
97	Laki-Laki	Manajemen	2022	2	2	3	3	2	2	2	16
98	Perempuan	Manajemen	2021	5	4	4	4	5	4	4	30
99	Perempuan	Manajemen	2021	3	3	3	3	3	3	3	21
100	Laki-Laki	Manajemen	2022	4	4	4	4	4	4	4	28

X2: Iklan Digital

No	Jenis Kelamin	Jurusan	Thn	Pertanyaan X (2) Kualitas Layanan							Total
				X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2
1	Laki-Laki	Ilmu Ekonomi	2021	5	4	4	4	4	4	4	29
2	Laki-Laki	Ilmu Ekonomi	2022	4	4	3	3	3	2	3	22
3	Laki-Laki	Akuntansi	2022	4	4	4	4	4	3	4	27
4	Laki-Laki	Manajemen	2022	3	4	4	5	3	4	5	28
5	Laki-Laki	Akuntansi	2022	3	3	3	3	3	3	3	21
6	Laki-Laki	Akuntansi	2022	3	3	3	3	3	3	3	21
7	Laki-Laki	Manajemen	2021	5	5	5	5	5	5	5	35
8	Laki-Laki	Akuntansi	2022	5	4	2	2	2	3	4	22
9	Laki-Laki	Akuntansi	2022	4	4	4	3	3	3	3	24
10	Perempuan	Manajemen	2021	4	4	4	4	4	4	4	28
11	Laki-Laki	Akuntansi	2022	3	4	4	5	4	3	4	27
12	Perempuan	Akuntansi	2021	1	1	1	1	1	1	2	8
13	Laki-Laki	Manajemen	2021	4	4	3	3	4	4	3	25
14	Perempuan	Manajemen	2021	4	3	3	4	3	3	4	24
15	Laki-Laki	Manajemen	2021	3	3	3	3	3	3	3	21
16	Perempuan	Manajemen	2022	4	3	4	3	3	4	2	23
17	Perempuan	Akuntansi	2022	3	3	3	3	3	3	3	21
18	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	2	4	3	3	3	3	3	21
19	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	3	3	3	3	3	3	3	21

No	Jenis Kelamin	Jurusan	Thn	Pertanyaan X (2) Kualitas Layanan							Total
				X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2
20	Laki-Laki	Manajemen	2021	4	4	4	4	4	4	4	28
21	Perempuan	Manajemen	2021	3	5	5	5	5	5	5	33
22	Laki-Laki	Manajemen	2021	5	3	4	2	3	4	3	24
23	Perempuan	Manajemen	2021	5	5	5	5	4	5	4	33
24	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	2	3	3	4	4	3	3	22
25	Perempuan	Manajemen	2021	4	4	4	4	4	5	4	29
26	Perempuan	Manajemen	2022	2	2	1	2	2	1	2	12
27	Perempuan	Manajemen	2021	5	5	5	5	5	5	5	35
28	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	4	4	4	4	4	4	4	28
29	Laki-Laki	Ilmu Ekonomi	2021	3	3	3	3	3	3	3	21
30	Laki-Laki	Akuntansi	2022	4	4	4	4	4	3	3	26
31	Perempuan	Manajemen	2022	3	4	3	2	3	4	2	21
32	Laki-Laki	Manajemen	2021	3	3	4	4	3	3	3	23
33	Perempuan	Akuntansi	2021	3	3	4	4	4	4	3	25
34	Laki-Laki	Akuntansi	2021	4	2	4	3	4	2	4	23
35	Laki-Laki	Akuntansi	2021	5	5	4	5	5	4	5	33
36	Perempuan	Akuntansi	2021	4	4	5	5	5	4	4	31
37	Perempuan	Akuntansi	2021	4	4	4	4	4	4	4	28
38	Perempuan	Akuntansi	2022	5	5	5	5	5	5	5	35
39	Perempuan	Akuntansi	2021	4	5	3	3	3	3	3	24
40	Perempuan	Akuntansi	2021	3	3	3	3	3	3	3	21
41	Perempuan	Akuntansi	2021	4	3	4	5	4	2	3	25
42	Laki-Laki	Manajemen	2021	4	4	4	4	4	4	4	28
43	Laki-Laki	Manajemen	2021	3	4	3	4	4	4	3	25
44	Laki-Laki	Manajemen	2021	3	3	3	3	3	3	3	21
45	Perempuan	Akuntansi	2021	4	4	4	4	4	4	4	28
46	Perempuan	Manajemen	2022	5	5	5	5	5	5	5	35
47	Perempuan	Manajemen	2022	3	4	4	5	4	5	5	30
48	Perempuan	Akuntansi	2021	3	3	4	4	4	4	4	26
49	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	4	4	3	4	4	4	4	27
50	Perempuan	Manajemen	2022	4	4	4	3	4	4	4	27
51	Laki-Laki	Manajemen	2022	5	5	5	5	4	5	4	33
52	Laki-Laki	Ilmu Ekonomi	2022	4	4	4	4	4	4	4	28
53	Perempuan	Ilmu	2022	2	3	3	3	3	3	3	20

No	Jenis Kelamin	Jurusan	Thn	Pertanyaan X (2) Kualitas Layanan							Total
				X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2
		Ekonomi									
54	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	5	4	4	4	3	5	4	29
55	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	4	4	4	3	4	4	3	26
56	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	3	3	3	3	3	3	3	21
57	Laki-Laki	Ilmu Ekonomi	2022	4	4	4	4	4	4	4	28
58	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	4	4	4	4	4	4	4	28
59	Laki-Laki	Ilmu Ekonomi	2022	5	5	5	5	5	5	4	34
60	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	5	2	4	4	4	4	4	27
61	Laki-Laki	Ilmu Ekonomi	2022	4	4	4	4	4	4	5	29
62	Perempuan	Akuntansi	2021	3	4	5	4	4	4	4	28
63	Laki-Laki	Manajemen	2021	4	3	4	4	4	4	2	25
64	Perempuan	Manajemen	2021	4	4	4	4	4	4	3	27
65	Perempuan	Manajemen	2022	4	4	5	5	5	5	5	33
66	Laki-Laki	Manajemen	2021	4	4	4	4	4	4	4	28
67	Laki-Laki	Manajemen	2022	3	3	3	3	3	3	3	21
68	Laki-Laki	Manajemen	2022	3	4	3	5	3	3	4	25
69	Perempuan	Manajemen	2022	3	4	4	4	4	3	4	26
70	Perempuan	Manajemen	2021	5	4	5	4	4	4	4	30
71	Perempuan	Akuntansi	2022	3	3	3	3	4	4	4	24
72	Perempuan	Akuntansi	2022	5	5	5	5	3	3	3	29
73	Perempuan	Akuntansi	2021	5	4	4	4	4	4	4	29
74	Laki-Laki	Akuntansi	2021	4	4	4	4	4	4	4	28
75	Perempuan	Akuntansi	2022	3	4	4	4	5	5	5	30
76	Perempuan	Akuntansi	2022	3	3	4	3	3	3	3	22
77	Laki-Laki	Manajemen	2021	3	4	3	3	4	5	4	26
78	Laki-Laki	Akuntansi	2021	3	3	4	3	3	4	4	24
79	Perempuan	Manajemen	2022	4	5	5	5	4	4	3	30
80	Perempuan	Manajemen	2022	4	4	4	4	4	4	4	28
81	Laki-Laki	Manajemen	2021	5	5	5	5	5	5	5	35
82	Perempuan	Akuntansi	2021	4	4	4	4	4	4	4	28
83	Perempuan	Akuntansi	2021	5	4	5	5	5	5	5	34
84	Perempuan	Akuntansi	2021	3	3	3	3	3	3	3	21

No	Jenis Kelamin	Jurusan	Thn	Pertanyaan X (2) Kualitas Layanan							Total
				X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2
85	Perempuan	Akuntansi	2021	3	3	2	2	2	2	2	16
86	Perempuan	Akuntansi	2021	3	4	4	5	5	4	4	29
87	Laki-Laki	Akuntansi	2022	3	2	4	4	4	3	3	23
88	Laki-Laki	Akuntansi	2022	4	4	4	4	4	4	4	28
89	Perempuan	Akuntansi	2022	5	5	5	5	5	5	5	35
90	Perempuan	Akuntansi	2021	5	5	5	5	5	5	5	35
91	Laki-Laki	Manajemen	2021	4	3	4	4	3	4	4	26
92	Perempuan	Akuntansi	2021	4	3	2	3	3	3	3	21
93	Laki-Laki	Manajemen	2022	3	3	3	3	3	3	4	22
94	Laki-Laki	Manajemen	2022	3	3	3	3	3	3	3	21
95	Perempuan	Manajemen	2022	2	3	4	4	4	4	4	25
96	Laki-Laki	Manajemen	2022	3	3	4	3	4	4	4	25
97	Laki-Laki	Manajemen	2022	3	2	2	2	2	2	2	15
98	Perempuan	Manajemen	2021	4	5	3	3	4	4	4	27
99	Perempuan	Manajemen	2021	3	3	3	3	3	3	3	21
100	Laki-Laki	Manajemen	2022	4	4	4	4	4	4	4	28

Minat Beli Konsumen (Y)

No	Jenis Kelamin	Jurusan	Thn	Pertanyaan (Y) Minat Beli Konsumen							Total
				Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y
1	Laki-Laki	Ilmu Ekonomi	2021	4	4	4	4	4	4	4	28
2	Laki-Laki	Ilmu Ekonomi	2022	3	3	3	2	2	3	3	19
3	Laki-Laki	Akuntansi	2022	3	3	3	5	4	4	4	26
4	Laki-Laki	Manajemen	2022	5	4	4	5	5	5	3	31
5	Laki-Laki	Akuntansi	2022	3	3	3	3	3	3	3	21
6	Laki-Laki	Akuntansi	2022	4	4	3	3	3	4	3	24
7	Laki-Laki	Manajemen	2021	5	5	5	5	5	5	5	35
8	Laki-Laki	Akuntansi	2022	4	4	4	4	3	2	2	23
9	Laki-Laki	Akuntansi	2022	2	3	3	3	2	2	3	18
10	Perempuan	Manajemen	2021	5	4	4	4	5	4	4	30
11	Laki-Laki	Akuntansi	2022	4	4	4	4	4	2	4	26
12	Perempuan	Akuntansi	2021	1	1	3	3	2	3	5	18
13	Laki-Laki	Manajemen	2021	4	4	3	4	4	4	4	27
14	Perempuan	Manajemen	2021	5	5	4	3	4	3	3	27

No	Jenis Kelamin	Jurusan	Thn	Pertanyaan (Y) Minat Beli Konsumen							Total
				Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y
15	Laki-Laki	Manajemen	2021	3	3	3	3	3	3	3	21
16	Perempuan	Manajemen	2022	4	5	4	4	3	2	2	24
17	Perempuan	Akuntansi	2022	3	3	3	3	3	3	3	21
18	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	4	3	3	4	2	3	3	22
19	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	3	3	3	3	3	3	3	21
20	Laki-Laki	Manajemen	2021	5	5	5	5	5	5	5	35
21	Perempuan	Manajemen	2021	5	5	5	4	5	5	5	34
22	Laki-Laki	Manajemen	2021	3	4	3	3	3	3	4	23
23	Perempuan	Manajemen	2021	4	5	5	5	3	4	3	29
24	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	3	4	3	3	2	2	3	20
25	Perempuan	Manajemen	2021	4	4	4	5	3	3	4	27
26	Perempuan	Manajemen	2022	2	2	1	2	1	2	1	11
27	Perempuan	Manajemen	2021	5	5	4	4	4	5	5	32
28	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	4	4	4	4	4	4	4	28
29	Laki-Laki	Ilmu Ekonomi	2021	3	3	3	3	3	3	3	21
30	Laki-Laki	Akuntansi	2022	4	4	3	3	3	3	3	23
31	Perempuan	Manajemen	2022	5	5	4	2	5	4	3	28
32	Laki-Laki	Manajemen	2021	5	4	4	3	3	3	3	25
33	Perempuan	Akuntansi	2021	4	4	4	4	4	2	3	25
34	Laki-Laki	Akuntansi	2021	4	4	3	3	3	3	4	24
35	Laki-Laki	Akuntansi	2021	5	5	5	5	5	5	4	34
36	Perempuan	Akuntansi	2021	4	4	5	5	5	5	4	32
37	Perempuan	Akuntansi	2021	4	4	4	4	4	4	4	28
38	Perempuan	Akuntansi	2022	4	4	4	4	4	4	4	28
39	Perempuan	Akuntansi	2021	5	5	5	5	5	5	5	35
40	Perempuan	Akuntansi	2021	5	5	5	5	5	5	5	35
41	Perempuan	Akuntansi	2021	4	3	3	3	2	3	3	21
42	Laki-Laki	Manajemen	2021	4	4	4	5	3	3	4	27
43	Laki-Laki	Manajemen	2021	3	4	2	4	4	5	5	27
44	Laki-Laki	Manajemen	2021	3	3	3	3	3	3	3	21
45	Perempuan	Akuntansi	2021	4	5	4	4	4	4	4	29
46	Perempuan	Manajemen	2022	5	5	5	5	5	5	5	35
47	Perempuan	Manajemen	2022	5	5	4	3	3	2	4	26
48	Perempuan	Akuntansi	2021	3	3	3	3	2	3	4	21

No	Jenis Kelamin	Jurusan	Thn	Pertanyaan (Y) Minat Beli Konsumen							Total
				Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y
49	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	5	4	3	4	4	3	4	27
50	Perempuan	Manajemen	2022	4	4	3	4	3	3	4	25
51	Laki-Laki	Manajemen	2022	5	4	3	2	3	3	4	24
52	Laki-Laki	Ilmu Ekonomi	2022	3	3	3	2	3	3	3	20
53	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	3	3	3	3	3	3	3	21
54	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	5	4	3	5	5	4	5	31
55	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	4	4	4	4	4	4	4	28
56	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	3	3	3	3	3	3	3	21
57	Laki-Laki	Ilmu Ekonomi	2022	4	4	5	3	4	4	4	28
58	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	4	4	4	4	4	4	4	28
59	Laki-Laki	Ilmu Ekonomi	2022	3	4	4	3	4	5	4	27
60	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022	5	5	5	5	5	5	5	35
61	Laki-Laki	Ilmu Ekonomi	2022	5	5	4	4	4	4	4	30
62	Perempuan	Akuntansi	2021	4	4	3	4	3	3	4	25
63	Laki-Laki	Manajemen	2021	5	5	4	3	3	3	4	27
64	Perempuan	Manajemen	2021	4	4	4	4	4	3	3	26
65	Perempuan	Manajemen	2022	5	5	5	5	3	3	4	30
66	Laki-Laki	Manajemen	2021	5	5	5	4	3	3	3	28
67	Laki-Laki	Manajemen	2022	3	3	3	3	3	3	3	21
68	Laki-Laki	Manajemen	2022	4	3	4	5	4	3	4	27
69	Perempuan	Manajemen	2022	4	4	4	4	3	3	4	26
70	Perempuan	Manajemen	2021	5	5	5	5	5	5	5	35
71	Perempuan	Akuntansi	2022	4	4	2	3	2	2	3	20
72	Perempuan	Akuntansi	2022	4	4	5	4	4	4	3	28
73	Perempuan	Akuntansi	2021	5	5	5	4	4	4	4	31
74	Laki-Laki	Akuntansi	2021	4	4	4	4	4	4	4	28
75	Perempuan	Akuntansi	2022	5	5	4	4	3	3	5	29
76	Perempuan	Akuntansi	2022	3	4	3	3	4	4	4	25
77	Laki-Laki	Manajemen	2021	4	4	4	4	4	4	4	28
78	Laki-Laki	Akuntansi	2021	4	4	5	4	4	4	5	30
79	Perempuan	Manajemen	2022	5	5	5	3	3	4	5	30

No	Jenis Kelamin	Jurusan	Thn	Pertanyaan (Y) Minat Beli Konsumen							Total
				Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y
80	Perempuan	Manajemen	2022	4	4	5	5	5	4	5	32
81	Laki-Laki	Manajemen	2021	5	5	5	5	5	5	5	35
82	Perempuan	Akuntansi	2021	4	4	4	4	2	2	4	24
83	Perempuan	Akuntansi	2021	5	5	4	3	3	3	4	27
84	Perempuan	Akuntansi	2021	3	3	3	3	3	3	3	21
85	Perempuan	Akuntansi	2021	3	3	3	4	3	3	3	22
86	Perempuan	Akuntansi	2021	4	4	4	4	5	4	4	29
87	Laki-Laki	Akuntansi	2022	5	5	4	1	1	1	1	18
88	Laki-Laki	Akuntansi	2022	5	5	5	4	5	5	4	33
89	Perempuan	Akuntansi	2022	5	5	5	5	5	5	5	35
90	Perempuan	Akuntansi	2021	5	5	5	5	5	5	5	35
91	Laki-Laki	Manajemen	2021	4	4	5	4	4	3	4	28
92	Perempuan	Akuntansi	2021	3	3	3	3	3	3	3	21
93	Laki-Laki	Manajemen	2022	4	3	2	2	2	1	2	16
94	Laki-Laki	Manajemen	2022	3	2	1	3	1	2	3	15
95	Perempuan	Manajemen	2022	5	5	4	4	4	4	4	30
96	Laki-Laki	Manajemen	2022	4	4	3	3	4	3	4	25
97	Laki-Laki	Manajemen	2022	3	2	3	2	3	3	3	19
98	Perempuan	Manajemen	2021	3	4	4	2	2	2	4	21
99	Perempuan	Manajemen	2021	3	3	3	3	3	3	3	21
100	Laki-Laki	Manajemen	2022	4	4	4	4	4	4	4	28