

LAMPIRAN

Skala Sebelum Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Salam hormat, saya Sonia Nur Persada Mahasiswa Prodi Psikologi Islam Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin, saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir saya, yaitu dengan kriteria subjek generasi milenial dengan rentang usia 21-40 tahun, berada di kota Banjarmasin dan mengikuti akun instagram "makananenakbanjar". Saya selaku peneliti meminta kesediaan Saudara/i untuk membantu penelitian ini dengan mengisi kuesioner. Mohon kepada Saudara/i untuk memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya dan sesuai dengan keadaan sebenarnya. Dalam skala ini tidak ada jawaban salah atau benar, maka anda diminta untuk menjawab secara jujur sesuai dengan keadaan diri anda bukan berdasarkan atas apa yang anda anggap baik.

Pada masing-masing pernyataan terdapat empat alternatif jawaban yaitu:

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. TS : Tidak Setuju
4. STS : Sangat Tidak Setuju

Atas kesediaan Saudara/i saya ucapkan terima kasih

Nama/Inisial :

Jenis Kelamin :

Profesi :

Skala I

No	Item	SS	S	TS	STS
1.	Saya mengikuti akun instagram "makananenakbanjar" karena sudah jelas memiliki banyak pengikut				
2.	Informasi promo/diskon dalam unggahan akun instagram "makananenakbanjar" dapat dipercaya				
3.	Akun instagram "makananenakbanjar" tidak mampu menampilkan foto kuliner yang dapat membangkitkan selera para pengikutnya				

4.	Akun instagram “makananenakbanjar” memiliki kualitas unggahan foto yang kurang jelas/blur				
5.	Akun instagram “makananenakbanjar” memiliki unggahan foto kuliner yang menarik perhatian				
6.	Akun instagram “makananenakbanjar” dapat dibuka kapan saja				
7.	Akun instagram “makananenakbanjar” memiliki intensitas unggahan foto yang banyak dalam satu hari				
8.	Informasi lokasi dalam <i>caption</i> akun instagram “makananenakbanjar” tidak dapat dipercaya				
9.	Akun instagram “makananenakbanjar” mampu memberi kesan positif kepada saya dalam referensi kuliner				
10.	Akun instagram “makananenakbanjar” tidak mampu memperbaiki citra makanan yang di dukung				
11.	Akun instagram “makananenakbanjar” memiliki tingkat popularitas yang lebih tinggi dibandingkan akun <i>food</i> instagram lain				
12.	Informasi jam operasional buka dan jam tutup café/restoran yang dipromosikan dapat dipercaya				
13.	Konten-konten yang disajikan akun instagram “makananenakbanjar” sangat kreatif				
14.	Akun instagram “makananenakbanjar” mampu membuat kuliner yang dipromosikan menjadi menu favorit				
15.	Akun instagram “makananenakbanjar” memiliki sedikit pengikut di akun instagramnya”				
16.	Informasi harga dalam <i>caption</i> akun instagram “makananenakbanjar” dapat dipercaya				
17.	Akun instagram “makananenakbanjar” menampilkan komposisi foto yang membosankan				
18.	Akun instagram “makananenakbanjar” mampu menjadi akun inspirasi dalam referensi makanan dan minuman di Banjarmasin.				

19.	Kualitas unggahan foto pada akun instagram “makananenakbanjar” jelas				
20.	Akun instagram “makananenakbanjar” mengambil sudut pengambilan foto yang estetik				
21.	Akun instagram “makananenakbanjar” memiliki ketidak sesuaian antara foto dan caption				
22.	Akun instagram “makananenakbanjar” jarang mengunggah foto kuliner pada akunnya				
23.	Akun instagram “makananenakbanjar” mampu menampilkan foto kuliner yang dapat membangkitkan selera para pengikutnya				
24.	Akun instagram “makananenakbanjar” mampu mengunggah foto lokasi café/restoran yang di promosikan menarik untuk dikunjungi				
25.	Akun instagram “makananenakbanjar” mampu menampilkan berbagai jenis varian makanan dan minuman dari berbagai <i>range</i> harga				
26.	Akun instagram “makananenakbanjar” memiliki unggahan foto kuliner yang terlihat biasa saja				
27.	Akun instagram “makananenakbanjar” memiliki unggahan foto kuliner yang tidak mewakili selera konsumen				
28.	Akun instagram “makananenakbanjar” memiliki banyak varian makanan dan minuman yang mampu memenuhi kebutuhan referensi				
29.	Akun instagram “makananenakbanjar” memiliki susunan caption yang biasa saja				
30.	Akun instagram “makananenakbanjar” mampu membentuk citra makanan dan minuman yang dipromosikan				

Skala II

No	Item	SS	S	TS	STS
1.	Saya membeli produk kuliner berdasarkan kualitas rasanya				

2.	Untuk membeli produk kuliner, saya tidak perlu mempertimbangkan apapun				
3.	Saya langsung membeli produk kuliner online di aplikasi smartphone yang dikunjungi pada saat itu juga				
4.	Saya akan menahan diri untuk tidak membeli produk kuliner ketika tidak mempunyai uang				
5.	Saya tidak menyesal menghabiskan uang untuk berbelanja kuliner				
6.	Saya sering membeli produk kuliner tanpa perencanaan sebelumnya				
7.	Saya hanya membeli produk kuliner yang sudah diniatkan untuk dibeli				
8.	Saya hanya membeli barang disaat saya membutuhkannya				
9.	Membandingkan suatu produk dengan produk lainnya sebelum membeli adalah hal yang peting bagi saya				
10.	Jika saya melihat produk kuliner yang baru, saya ingin segera membelinya				
11.	Saya merasa menyesal setelah menghabiskan banyak uang untuk belanja				
12.	Saya tidak akan membeli suatu produk kuliner hanya karena harganya murah				
13.	Saya biasanya langsung membeli produk kuliner yang memiliki tampilan yang menarik				
14.	Ketika melihat produk yang menarik, saya tidak menghiraukannya, karena belum membutuhkan barang tersebut				
15.	Saya merasa tidak perlu membandingkan produk kuliner yang hendak dibeli dengan produk kuliner lain				
16.	Saya merasa baik-baik saja ketika belum bisa membeli produk kuliner yang saya inginkan				
17.	Saya merasa kecewa setelah membeli barang yang tidak saya butuhkan				
18.	Saya tidak membeli produk kuliner karena penampilannya yang menarik				
19.	Meskipun sedang trendi, saya akan mempertimbangkan produk kuliner tersebut sebelum memutuskan untuk membeli				

20.	Saya akan membeli produk yang saya sukai meskipun tidak membutuhkannya				
21.	Membandingkan setiap produk sebelum membeli akan membuat saya lebih yakin untuk membeli				
22.	Saya membeli produk kuliner yang saya inginkan agar merasa lebih baik				
23.	Saya merasa puas dengan produk kuliner online yang saya beli				
24.	Saya tidak tergoda untuk membeli produk kuliner yang diiklankan di media sosial				
25.	Mengikuti mode yang sedang trend merupakan hal yang wajib bagi saya				
26.	Ketika ada diskon untuk produk kuliner, saya meningkatkan pembelian saya				
27.	Saya akan membandingkan harga setiap produk sebelum memutuskan untuk membeli				
28.	Saya tidak merasa takut kehabisan barang yang akan saya beli				
29.	Saya tidak berpikir panjang ketika memutuskan membeli produk kuliner online				
30.	Saya lebih memilih membeli produk yang saya butuhkan daripada yang saya inginkan				
31.	Saya sering tidak sabar untuk membeli produk kuliner yang iklannya pernah saya lihat di media sosial				
32.	Saya merasa bergairah saat membeli produk kuliner				
33.	Saya merasa kecewa setelah membeli produk kuliner online				
34.	Jika melihat produk kuliner yang sedang menjadi trend, saya akan membelinya				

S1 8	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	98
S1 9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	114	
S2 0	1	4	4	4	4	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	101	
S2 1	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	101	
S2 2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	85	
S2 3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	112
S2 4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	97	
S2 5	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	92	
S2 6	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	110
S2 7	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	88
S2 8	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	115	
S2 9	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	107	
S3 0	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	106	

Uji Validitas *Celebrity Endorse*

Item	R Hitung	R Tabel Sig. 5% (N=30)	Keterangan
1	0.137	0.361	Tidak Valid
2	0.603	0.361	Valid
3	0.790	0.361	Valid
4	0.752	0.361	Valid
5	0.739	0.361	Valid
6	0.582	0.361	Valid
7	0.549	0.361	Valid
8	0.203	0.361	Tidak Valid
9	0.703	0.361	Valid
10	0.700	0.361	Valid
11	0.507	0.361	Valid
12	0.706	0.361	Valid
13	0.573	0.361	Valid
14	0.675	0.361	Valid
15	0.726	0.361	Valid
16	0.613	0.361	Valid
17	0.551	0.361	Valid
18	0.716	0.361	Valid
19	0.596	0.361	Valid
20	0.619	0.361	Valid
21	0.687	0.361	Valid
22	0.151	0.361	Tidak Valid
23	0.710	0.361	Valid
24	0.790	0.361	Valid
25	0.666	0.361	Valid
26	0.716	0.361	Valid
27	0.681	0.361	Valid
28	0.683	0.361	Valid
29	0.666	0.361	Valid
30	0.593	0.361	Valid

Uji Reliabilitas *Celebrity Endorse*

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	96.8
	Excluded ^a	1	3.2

Total	3	100.
	1	0

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.939	30

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Aitem01	98.80	102.097	.047	.947
Aitem02	98.30	97.941	.571	.937
Aitem03	98.33	95.954	.771	.935
Aitem04	98.47	95.430	.726	.935
Aitem05	98.17	97.247	.718	.936
Aitem06	98.20	98.510	.550	.937
Aitem07	98.83	96.557	.499	.938
Aitem08	98.60	98.455	.349	.940
Aitem09	98.33	96.851	.677	.936
Aitem10	98.47	96.878	.674	.936
Aitem11	98.70	97.390	.457	.939
Aitem12	98.63	97.551	.683	.936
Aitem13	98.47	97.499	.534	.937
Aitem14	98.57	95.840	.641	.936
Aitem15	98.53	96.809	.702	.936
Aitem16	98.57	97.289	.578	.937
Aitem17	98.60	98.800	.518	.938
Aitem18	98.17	97.454	.694	.936
Aitem19	98.33	97.954	.562	.937
Aitem20	98.57	97.220	.584	.937
Aitem21	98.50	97.086	.660	.936
Aitem22	98.53	98.120	.396	.939
Aitem23	98.33	96.782	.684	.936
Aitem24	98.43	95.909	.770	.935
Aitem25	98.63	96.240	.632	.936
Aitem26	98.77	96.668	.691	.936
Aitem27	98.60	95.903	.648	.936
Aitem28	98.43	97.013	.655	.936

Aitem29	98.73	96.892	.636	.936
Aitem30	98.50	96.121	.547	.937

Tabulasi Skor Jawaban Try Out Skala *Impulsive Buying*

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	TOTAL	
S1	2	2	3	1	1	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	81		
S2	1	3	2	2	1	4	4	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	1	4	1	3	1	3	2	3	4	3	4	3	2	3	86		
S3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	119	
S4	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	1	3	1	3	2	2	2	2	2	2	2	81	
S5	1	4	3	2	2	4	3	1	3	2	2	1	2	1	3	1	4	2	1	1	1	3	2	1	1	1	3	1	2	1	1	1	2	1	64	
S6	3	3	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	115	
S7	2	2	4	3	3	3	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	109
S8	2	2	3	1	2	2	1	3	1	3	2	3	2	3	2	1	1	3	2	3	4	3	3	3	3	4	1	3	3	3	3	3	2	4	84	
S9	3	1	2	2	3	2	3	3	3	3	4	1	3	2	3	3	4	2	1	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	82	
S10	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	91	
S11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	136
S12	3	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	110	
S13	1	1	2	1	3	2	1	1	1	3	2	1	3	2	3	1	3	1	1	2	1	2	1	3	2	2	1	1	2	1	2	4	2	2	61	

S 14	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	125
S 15	1	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	2	2	3	3	1	3	2	2	2	3	2	3	3	2	89		
S 16	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	1	2	3	2	2	2	2	3	2	4	2	2	3	2	2	3	2	3	81	
S 17	3	3	3	1	1	4	3	2	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	101		
S 18	1	2	2	1	1	4	3	2	2	4	3	3	3	3	4	2	4	3	1	2	1	4	2	2	2	2	3	2	2	1	3	2	2	3	81	
S 19	3	2	3	2	2	4	3	2	2	2	4	3	3	2	3	1	2	3	2	3	3	2	1	3	3	3	3	2	3	2	2	4	2	2	86	
S 20	1	3	2	1	1	4	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	76	
S 21	2	2	2	2	3	3	3	2	1	1	4	3	1	1	1	2	3	3	3	1	2	3	3	3	1	3	1	3	2	1	3	3	2	3	76	
S 22	2	2	2	1	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	1	2	3	2	2	76	
S 23	1	1	1	1	2	4	1	1	1	2	4	2	1	4	1	1	2	3	1	1	1	2	2	3	1	1	1	1	2	2	2	3	3	2	61	
S 24	1	1	4	1	1	3	3	2	1	3	1	2	3	2	1	2	2	3	1	2	1	3	2	1	1	3	1	2	2	2	2	2	4	2	2	67
S 25	1	2	3	2	2	4	2	2	2	4	3	2	3	3	2	2	3	3	1	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	4	4	2	4	86	
S 26	2	4	2	1	1	3	1	1	1	3	1	4	3	2	4	1	1	4	2	3	1	4	1	4	2	2	2	1	3	1	4	4	1	3	77	
S 27	1	1	2	1	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	1	3	3	2	2	2	3	3	3	2	4	1	1	2	2	3	3	3	3	79	
S 28	1	1	2	2	2	3	2	1	1	3	3	1	2	3	2	1	3	2	2	2	1	4	2	3	2	3	2	2	2	1	2	4	3	3	73	

S 29	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	81
S 30	1	2	2	2	2	3	2	1	2	3	3	1	2	2	2	2	3	3	2	2	3	4	1	1	4	2	3	3	2	2	3	3	1	3	3	77	

Uji Validitas *Impulsive Buying*

Item	R Hitung	R Tabel Sig. 5% (N=30)	Keterangan
1	0.732	0.361	Valid
2	0.586	0.361	Valid
3	0.636	0.361	Valid
4	0.753	0.361	Valid
5	0.549	0.361	Valid
6	0.140	0.361	Tidak Valid
7	0.242	0.361	Tidak Valid
8	0.791	0.361	Valid
9	0.715	0.361	Valid
10	0.509	0.361	Valid
11	0.186	0.361	Tidak Valid
12	0.655	0.361	Valid
13	0.594	0.361	Valid
14	0.625	0.361	Valid
15	0.583	0.361	Valid
16	0.677	0.361	Valid
17	0.343	0.361	Tidak Valid
18	0.667	0.361	Valid
19	0.799	0.361	Valid
20	0.607	0.361	Valid
21	0.806	0.361	Valid
22	0.290	0.361	Tidak Valid
23	0.719	0.361	Valid
24	0.575	0.361	Valid
25	0.630	0.361	Valid
26	0.549	0.361	Valid
27	0.735	0.361	Valid
28	0.814	0.361	Valid
29	0.782	0.361	Valid
30	0.827	0.361	Valid
31	0.594	0.361	Valid
32	0.284	0.361	Tidak Valid
33	0.667	0.361	Valid
34	0.619	0.361	Valid

Uji Reliabilitas Impulsive Buying

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.951	34

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Aitem01	85.03	325.826	.706	.948
Aitem02	84.73	331.099	.549	.950
Aitem03	84.43	334.047	.610	.949
Aitem04	85.07	326.478	.730	.948
Aitem05	84.83	334.351	.515	.950
Aitem06	83.97	348.171	.096	.953
Aitem07	84.47	338.326	.404	.951
Aitem08	84.70	324.286	.771	.948
Aitem09	84.83	327.868	.690	.949
Aitem10	84.13	338.740	.480	.950
Aitem11	84.13	336.464	.449	.950
Aitem12	84.47	327.361	.621	.949
Aitem13	84.33	335.678	.567	.950
Aitem14	84.37	331.895	.594	.949
Aitem15	84.33	332.644	.549	.950
Aitem16	84.73	326.133	.645	.949
Aitem17	84.20	340.028	.342	.951
Aitem18	84.17	334.075	.645	.949
Aitem19	84.70	322.079	.777	.948
Aitem20	84.53	334.740	.580	.949
Aitem21	84.80	321.476	.785	.948
Aitem22	83.97	344.792	.255	.951
Aitem23	84.57	326.530	.692	.949
Aitem24	84.17	333.247	.541	.950
Aitem25	84.70	330.079	.598	.949
Aitem26	84.27	332.754	.512	.950
Aitem27	84.60	325.972	.710	.948
Aitem28	84.63	323.206	.795	.948

Aitem29	84.37	328.930	.765	.948
Aitem30	84.77	322.392	.809	.947
Aitem31	84.33	333.885	.564	.950
Aitem32	83.90	344.162	.245	.952
Aitem33	84.63	333.137	.644	.949
Aitem34	84.23	334.737	.593	.949

Skala Penelitian Setelah *Tryout*

Salam hormat, saya Sonia Nur Persada Mahasiswa Prodi Psikologi Islam Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin, saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir saya, yaitu dengan kriteria subjek generasi milenial dengan rentang usia 21-40 tahun, berada di kota Banjarmasin dan mengikuti akun instagram "makananenakbanjar". Saya selaku peneliti meminta kesediaan Saudara/i untuk membantu penelitian ini dengan mengisi kuesioner. Mohon kepada Saudara/i untuk memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya dan sesuai dengan keadaan sebenarnya. Dalam skala ini tidak ada jawaban salah atau benar, maka anda diminta untuk menjawab secara jujur sesuai dengan keadaan diri anda bukan berdasarkan atas apa yang anda anggap baik.

Pada masing-masing pernyataan terdapat empat alternatif jawaban yaitu:

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. TS : Tidak Setuju
4. STS : Sangat Tidak Setuju

Atas kesediaan Saudara/i saya ucapkan terima kasih

Nama/Inisial :

Jenis Kelamin :

Profesi :

Skala I

No	Item	SS	S	TS	STS
1.	Informasi promo/diskon dalam unggahan akun instagram "makananenakbanjar" dapat dipercaya				
2.	Akun instagram "makananenakbanjar" tidak mampu menampilkan foto kuliner yang dapat membangkitkan selera para pengikutnya				

3.	Akun instagram “makananenakbanjar” memiliki kualitas unggahan foto yang kurang jelas/blur				
4.	Akun instagram “makananenakbanjar” memiliki unggahan foto kuliner yang menarik perhatian				
5.	Akun instagram “makananenakbanjar” dapat dibuka kapan saja				
6.	Akun instagram “makananenakbanjar” memiliki intensitas unggahan foto yang banyak dalam satu hari				
7.	Akun instagram “makananenakbanjar” mampu memberi kesan positif kepada saya dalam referensi kuliner				
8.	Akun instagram “makananenakbanjar” tidak mampu memperbaiki citra makanan yang di dukung				
9.	Akun instagram “makananenakbanjar” memiliki tingkat popularitas yang lebih tinggi dibandingkan akun <i>food</i> instagram lain				
10.	Informasi jam operasional buka dan jam tutup café/restoran yang dipromosikan dapat dipercaya				
11.	Konten-konten yang disajikan akun instagram “makananenakbanjar” sangat kreatif				
12.	Akun instagram “makananenakbanjar” mampu membuat kuliner yang dipromosikan menjadi menu favorit				
13.	Akun instagram “makananenakbanjar” memiliki sedikit pengikut di akun instagramnya”				
14.	Informasi harga dalam caption akun instagram “makananenakbanjar” dapat dipercaya				
15.	Akun instagram “makananenakbanjar” menampilkan komposisi foto yang membosankan				
16.	Akun instagram “makananenakbanjar” mampu menjadi akun inspirasi dalam referensi makanan dan minuman di Banjarmasin.				
17.	Kualitas unggahan foto pada akun instagram “makananenakbanjar” jelas				

18.	Akun instagram “makananenakbanjar” mengambil sudut pengambilan foto yang estetik				
19.	Akun instagram “makananenakbanjar” memiliki ketidak sesuaian antara foto dan caption				
20.	Akun instagram “makananenakbanjar” mampu menampilkan foto kuliner yang dapat membangkitkan selera para pengikutnya				
21.	Akun instagram “makananenakbanjar” mampu mengunggah foto lokasi café/restoran yang di promosikan menarik untuk dikunjungi				
22.	Akun instagram “makananenakbanjar” mampu menampilkan berbagai jenis varian makanan dan minuman dari berbagai <i>range</i> harga				
23.	Akun instagram “makananenakbanjar” memiliki unggahan foto kuliner yang terlihat biasa saja				
24.	Akun instagram “makananenakbanjar” memiliki unggahan foto kuliner yang tidak mewakili selera konsumen				
25.	Akun instagram “makananenakbanjar” memiliki banyak varian makanan dan minuman yang mampu memenuhi kebutuhan referensi				
26.	Akun instagram “makananenakbanjar” memiliki susunan caption yang biasa saja				
27.	Akun instagram “makananenakbanjar” mampu membentuk citra makanan dan minuman yang dipromosikan				

Skala II

No	Item	SS	S	TS	STS
1.	Saya membeli produk kuliner berdasarkan kualitas rasanya				
2.	Untuk membeli produk kuliner, saya tidak perlu mempertimbangkan apapun				
3.	Saya langsung membeli produk kuliner online di aplikasi smartphome yang dikunjungi pada saat itu juga				

4.	Saya akan menahan diri untuk tidak membeli produk kuliner ketika tidak mempunyai uang				
5.	Saya tidak menyesal menghabiskan uang untuk berbelanja kuliner				
6.	Saya hanya membeli barang disaat saya membutuhkannya				
7.	Membandingkan suatu produk dengan produk lainnya sebelum membeli adalah hal yang peting bagi saya				
8.	Jika saya melihat produk kuliner yang baru, saya ingin segera membelinya				
9.	Saya tidak akan membeli suatu produk kuliner hanya karena harganya murah				
10.	Saya biasanya langsung membeli produk kuliner yang memiliki tampilan yang menarik				
11.	Ketika melihat produk yang menarik, saya tidak menghiraukannya, karena belum membutuhkan barang tersebut				
12.	Saya merasa tidak perlu membandingkan produk kuliner yang hendak dibeli dengan produk kuliner lain				
13.	Saya merasa baik-baik saja ketika belum bisa membeli produk kuliner yang saya inginkan				
14.	Saya tidak membeli produk kuliner karena penampilannya yang menarik				
15.	Meskipun sedang trendi, saya akan mempertimbangkan produk kuliner tersebut sebelum memutuskan untuk membeli				
16.	Saya akan membeli produk yang saya sukai meskipun tidak membutuhkannya				
17.	Membandingkan setiap produk sebelum membeli akan membuat saya lebih yakin untuk membeli				
18.	Saya merasa puas dengan produk kuliner online yang saya beli				
19.	Saya tidak tergoda untuk membeli produk kuliner yang diiklankan di media sosial				

20.	Mengikuti mode yang sedang trend merupakan hal yang wajib bagi saya				
21.	Ketika ada diskon untuk produk kuliner, saya meningkatkan pembelian saya				
22.	Saya akan membandingkan harga setiap produk sebelum memutuskan untuk membeli				
23.	Saya tidak merasa takut kehabisan barang yang akan saya beli				
24.	Saya tidak berpikir panjang ketika memutuskan membeli produk kuliner online				
25.	Saya lebih memilih membeli produk yang saya butuhkan daripada yang saya inginkan				
26.	Saya sering tidak sabar untuuk membeli produk kuliner yang iklannya pernah saya lihat di media sosial				
27.	Saya merasa kecewa setelah membeli produk kuliner online				
28.	Jika melihat produk kuliner yang sedang menjadi trend, saya akan membelinya				

S74	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	100	
S75	4	1	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	98	
S76	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	2	4	106	
S77	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80	
S78	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	89	
S79	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	88	
S80	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	82	
S81	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	83	
S82	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	87	
S83	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	71	
S84	4	3	3	3	4	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	86	
S85	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	105	
S86	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	91
S87	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	82	
S88	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	91	
S89	3	3	3	4	4	2	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	90	
S90	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	81	
S91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	108	
S92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92	
S93	3	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	103	
S94	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	85
S95	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	105	
S96	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	92	
S97	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	76	
S98	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	93

S99	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	1	4	3	4	89	
S100	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	89	
S101	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	92	
S102	4	3	3	3	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	102	
S103	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	91	
S104	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	2	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	104	
S105	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	96	
S106	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	93	
S107	2	2	1	2	3	4	2	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	96	
S108	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	100	
S109	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	81	
S110	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	103	
S111	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	81	
S112	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	95	
S113	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	86	
S114	4	4	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	101	
S115	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	94	
S116	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	87	
S117	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	94	
S118	4	3	3	4	4	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	88	
S119	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	88	
S120	3	3	3	4	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	93	
S121	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	102	
S122	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	100	
S123	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	87

S124	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	80
S125	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	81
S126	2	3	3	4	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	94
S127	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	95
S128	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	99	
S129	4	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	91	
S130	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	81	
S131	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	89
S132	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	97
S133	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	87	
S134	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	83	
S135	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	105	
S136	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	104	
S137	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	91
S138	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	104
S139	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	97
S140	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	100
S141	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	97	
S142	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	105	
S143	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	2	4	4	4	93	
S144	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92
S145	4	3	3	4	4	2	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	76
S146	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	88	
S147	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	88	
S148	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	86	

S149	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	84
S150	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	101
S151	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	78
S152	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	102
S153	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	81
S154	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	91
S155	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	67
S156	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	93
S157	3	2	3	3	3	2	3	3	1	2	2	4	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	1	2	2	3	86	
S158	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	79	
S159	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	98	
S160	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	96	
S161	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	90	
S162	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	84	
S163	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	108	
S164	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	93	
S165	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92	
S166	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	101	
S167	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	3	102
S168	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	98
S169	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	104
S170	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	108
S171	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	95	
S172	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83
S173	3	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	2	4	3	4	93	

S199	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	96	
S200	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	98	
S201	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	95	
S202	3	4	4	4	4	2	4	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	95	
S203	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	97	
S204	3	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	103	
S205	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	107
S206	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	91	
S207	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	107
S208	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	92
S209	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	106
S210	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	4	80
S211	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	85
S212	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	93
S213	4	3	4	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	99
S214	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4	3	2	4	4	4	3	2	3	4	2	3	92	
S215	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	81	
S216	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	78	
S217	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	76
S218	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	84
S219	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	102
S220	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	83
S221	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	75	
S222	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	96	
S223	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	66

S224	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	3	4	96	
S225	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	80	
S226	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	93	
S227	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	95	
S228	4	3	3	4	4	3	4	3	2	2	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	86	
S229	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	101	
S230	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	81	
S231	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	83	
S232	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	98	
S233	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	91	
S234	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	88	
S235	4	3	4	4	4	3	4	3	2	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	88	
S236	4	1	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	98	
S237	4	1	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	82	
S238	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	105	
S239	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	92	
S240	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	87	
S241	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	87	
S242	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	104	
S243	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	99	
S244	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	92	
S245	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	102	
S246	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	86	
S247	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	75	
S248	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	97

S19	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	4	1	1	3	1	1	1	2	3	1	1	1	1	2	2	2	3	2	77
S20	1	2	4	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	3	1	2	1	2	1	1	3	1	2	2	2	2	2	2	72
S21	1	3	2	2	2	2	1	3	2	3	1	3	2	3	2	2	1	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	86
S22	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	76
S23	2	2	2	1	2	1	1	2	3	2	2	2	1	3	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	84
S24	1	2	4	1	1	1	1	4	3	4	2	2	3	1	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	4	86
S25	2	4	3	2	3	1	1	4	1	3	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	3	1	1	2	1	2	2	2	75
S26	1	2	3	2	3	1	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	2	3	1	2	2	1	2	3	2	76
S27	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	3	2	3	1	2	2	1	2	2	78
S28	1	3	3	1	2	2	1	3	2	3	3	4	1	3	3	2	4	1	4	4	4	1	3	3	1	4	1	4	81
S29	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	1	3	2	2	2	2	3	72
S30	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	3	2	2	2	2	2	85
S31	1	2	2	2	1	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	1	3	2	3	3	2	3	76
S32	1	2	3	2	2	2	2	4	2	3	3	2	2	3	1	3	1	2	3	2	3	1	2	2	2	4	2	4	86
S33	1	2	2	2	1	3	1	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	1	2	3	2	4	2	3	82	
S34	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	70
S35	2	3	3	2	1	2	3	2	3	2	2	4	2	3	1	2	3	3	3	2	2	3	2	3	1	2	2	2	75
S36	1	3	3	1	1	1	2	4	3	4	1	3	2	3	2	3	1	1	3	3	4	1	2	3	1	3	2	4	85
S37	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	2	1	2	3	2	3	2	2	2	1	3	2	2	84
S38	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	70
S39	2	3	2	1	2	1	2	2	3	2	2	3	1	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	72
S40	2	1	2	2	3	1	1	2	1	4	2	2	1	3	1	2	1	2	3	1	2	1	2	1	1	3	3	3	83
S41	2	2	3	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	72
S42	1	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	76
S43	1	4	2	1	1	1	1	3	4	3	2	4	1	4	2	3	1	1	4	2	2	2	1	3	1	4	1	3	87

S44	1	3	4	2	1	1	1	3	3	3	2	3	1	3	2	2	2	2	3	2	2	2	1	3	1	2	2	2	89	
S45	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	70	
S46	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	76	
S47	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	86	
S48	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	75	
S49	1	1	2	1	2	3	2	3	2	3	2	2	1	3	2	3	2	3	3	2	4	1	1	2	2	3	3	3	82	
S50	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	71
S51	1	2	2	2	3	2	1	2	1	2	2	2	2	3	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	3	88	
S52	2	2	2	1	2	1	1	2	4	4	1	4	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	70	
S53	1	1	2	2	2	1	1	3	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	3	2	3	2	2	2	1	2	3	3	79	
S54	1	1	2	2	4	2	1	3	4	3	1	2	2	4	1	3	2	2	3	3	3	2	1	2	2	2	1	3	82	
S55	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	2	2	2	76	
S56	1	2	2	1	1	1	1	4	3	2	1	4	2	3	3	2	2	1	3	2	4	1	1	2	1	2	2	2	86	
S57	2	3	2	2	1	3	3	4	3	3	3	4	2	3	2	3	2	1	3	2	4	3	3	3	2	3	2	3	74	
S58	1	3	2	2	1	1	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	1	2	3	2	3	1	2	2	1	3	2	3	85	
S59	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	1	1	3	2	2	2	2	2	2	69	
S60	1	1	2	2	1	2	1	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	1	2	2	2	3	2	2	75	
S61	1	2	2	1	1	1	1	2	3	2	2	2	1	3	1	2	1	3	3	1	1	1	1	2	3	2	2	1	88	
S62	1	2	2	3	2	1	1	4	2	4	3	2	2	3	3	2	4	2	4	2	2	2	2	2	4	1	2	4	78	
S63	2	2	2	2	1	2	3	3	3	2	3	2	2	3	1	3	1	2	3	2	4	2	3	2	2	3	2	3	74	
S64	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	1	2	2	2	75	
S65	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	3	1	4	1	2	2	1	2	2	2	70	
S66	1	1	4	1	1	1	1	2	3	2	1	3	1	2	1	3	1	1	2	2	4	1	3	2	1	2	1	1	89	
S67	1	2	2	2	2	1	2	3	1	2	2	2	2	3	2	2	3	1	1	4	2	3	3	2	2	3	1	3	79	
S68	1	2	4	1	1	1	1	2	2	3	1	3	2	2	1	1	1	1	4	2	4	2	2	3	1	2	2	3	74	

S94	1	2	2	2	1	2	2	3	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	1	3	2	3	82	
S95	1	1	2	1	2	1	1	2	4	2	1	2	2	3	1	1	1	2	3	2	4	2	2	2	1	2	2	2	86	
S96	1	2	2	2	1	2	2	4	2	2	3	2	3	3	2	2	1	2	3	3	4	1	3	4	2	3	2	4	73	
S97	1	3	3	2	2	2	1	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	3	2	3	2	3	69	
S98	2	1	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	83	
S99	2	2	3	2	2	1	1	4	3	3	2	3	2	3	1	3	2	2	3	2	2	2	2	3	1	2	2	3	85	
S100	1	3	3	2	1	2	1	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	3	2	2	3	3	2	2	3	70	
S101	2	2	2	1	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	86
S102	1	2	2	2	1	3	1	2	3	2	2	2	1	3	1	2	1	3	3	2	4	1	2	2	2	2	2	2	2	91
S103	1	2	3	2	1	2	2	3	4	3	2	2	1	3	2	2	2	2	4	2	3	1	2	2	1	2	2	3	84	
S104	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	1	3	1	2	3	2	4	2	2	3	2	2	2	2	85	
S105	1	1	1	1	3	1	1	4	4	4	4	1	2	4	1	2	1	1	3	3	4	1	1	2	1	1	2	2	86	
S106	1	4	3	3	1	2	3	4	2	3	2	3	2	3	2	2	1	2	3	3	4	2	2	2	1	3	2	3	76	
S107	1	2	3	3	1	3	1	4	1	4	3	2	3	3	1	2	1	1	3	4	4	1	1	4	1	4	2	4	76	
S108	1	2	2	2	3	2	1	2	3	2	2	2	1	3	2	2	1	3	3	2	2	1	3	2	1	2	2	2	84	
S109	1	1	1	1	1	1	2	2	3	2	1	2	2	1	2	2	4	2	4	1	3	4	2	2	2	1	2	2	87	
S110	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	88	
S111	1	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	1	3	2	3	73	
S112	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	1	3	1	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	75	
S113	2	3	2	2	1	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	70	
S114	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	88	
S115	2	3	3	2	1	1	2	3	1	4	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	89	
S116	1	2	2	1	1	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	1	2	2	2	3	2	3	2	2	75	
S117	1	4	2	2	1	1	1	3	2	3	1	1	2	3	1	2	2	2	3	1	4	2	2	4	2	2	1	2	79	
S118	1	2	2	2	3	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	1	3	2	2	73	

S144	1	2	2	1	3	1	1	3	3	3	2	2	3	4	2	1	2	1	4	2	3	2	1	1	1	2	2	2	71
S145	1	1	2	2	2	3	1	4	3	3	2	4	3	3	1	3	1	2	3	3	3	1	2	2	2	3	2	3	62
S146	2	2	2	2	2	2	1	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	1	3	2	3	70
S147	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	1	3	2	2	76
S148	1	2	2	1	2	1	3	1	2	2	1	3	2	1	1	2	3	2	3	2	2	3	1	2	1	2	2	1	78
S149	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	1	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	75
S150	1	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	1	2	2	1	3	3	3	83
S151	2	2	2	2	3	2	1	1	3	1	1	1	2	2	2	1	2	3	3	1	3	1	3	2	1	3	2	3	60
S152	1	2	3	1	2	3	1	3	2	2	2	2	1	3	2	3	1	2	3	3	<u>4</u>	1	2	3	2	3	2	4	88
S153	2	2	2	2	3	2	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	70
S154	1	2	2	1	3	1	1	3	2	2	1	2	3	3	2	1	1	2	3	2	2	1	3	4	1	4	2	3	76
S155	3	2	2	1	2	2	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	53
S156	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	74
S157	2	1	1	2	1	2	1	2	3	3	2	1	2	3	1	2	1	2	3	1	3	1	3	1	2	2	3	2	73
S158	1	2	2	1	1	3	1	1	3	1	4	2	4	3	2	4	1	4	4	1	4	1	1	2	3	2	3	3	72
S159	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	76
S160	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	1	3	2	2	2	3	2	4	2	74
S161	1	2	3	1	1	2	2	2	2	2	2	3	1	3	2	3	3	1	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	72
S162	1	4	2	3	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	3	1	64
S163	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	74
S164	2	1	2	2	2	3	1	2	1	2	3	2	2	2	2	2	1	2	3	1	2	3	2	1	2	2	2	2	65
S165	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	4	2	2	2	1	1	2	2	60
S166	2	2	2	1	2	3	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	3	1	3	2	2	2	2	1	76
S167	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	3	2	3	1	2	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	66
S168	1	4	4	1	1	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	1	1	3	3	3	2	4	85

S169	1	1	3	1	1	2	1	4	4	3	2	4	1	4	1	2	2	2	2	2	4	3	3	3	1	4	2	3	75	
S170	1	3	2	1	1	2	2	3	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	77	
S171	2	2	3	2	1	2	2	3	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	4	2	1	2	2	2	2	2	2	2	64	
S172	1	1	2	1	2	1	1	2	2	3	2	2	1	3	1	2	1	2	3	1	3	1	2	2	3	2	2	3	85	
S173	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	4	2	2	2	2	3	1	3	2	2	3	3	3	2	2	85	
S174	1	2	3	2	2	2	1	3	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	79	
S175	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	1	2	1	3	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	68	
S176	3	1	2	2	3	3	3	3	1	3	2	3	2	2	1	2	2	2	3	1	2	2	2	2	1	2	2	2	71	
S177	1	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	61	
S178	2	1	2	2	1	1	1	4	3	2	1	4	1	3	1	3	1	1	3	1	2	3	1	1	1	1	2	2	1	67
S179	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	1	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	60	
S180	1	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	4	2	2	3	1	2	2	3	60	
S181	1	2	2	2	4	1	1	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	1	2	2	2	61	
S182	2	1	2	1	1	2	1	1	4	4	3	1	1	3	1	2	1	2	4	2	3	1	1	4	2	4	2	4	60	
S183	1	2	2	1	1	2	2	4	3	3	3	4	2	3	1	2	1	2	2	2	2	3	2	2	1	3	2	3	60	
S184	1	3	3	2	1	1	2	3	3	2	2	2	1	3	2	3	2	2	3	2	1	1	1	4	1	4	2	3	67	
S185	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	64	
S186	1	2	2	2	1	1	1	3	2	4	2	2	1	3	1	2	1	1	3	2	3	1	3	2	1	4	2	3	63	
S187	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	74
S188	1	3	3	2	1	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	1	4	3	2	3	1	3	2	3	88	
S189	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	3	1	3	1	1	1	2	1	2	2	62	
S190	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	69
S191	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	73
S192	1	2	3	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	3	2	2	2	2	2	3	2	84	
S193	2	1	2	2	3	3	1	3	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	3	1	2	1	2	2	1	3	3	2	75	

S194	1	3	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	3	3	1	2	2	3	1	1	1	2	1	65	
S195	1	4	2	1	1	1	1	4	1	3	1	3	3	1	1	3	1	2	4	1	3	1	2	1	2	3	3	3	75	
S196	1	2	2	1	2	2	3	2	2	2	1	4	1	1	1	1	3	2	3	2	2	3	3	3	1	2	2	2	61	
S197	1	4	2	3	1	3	1	4	1	4	4	4	2	3	3	3	2	2	3	2	4	3	2	4	2	3	2	3	74	
S198	1	2	2	2	2	2	1	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	95	
S199	2	2	2	1	2	1	1	2	3	3	2	2	1	3	1	3	1	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	63	
S200	1	2	2	2	1	1	1	3	4	4	2	2	2	3	1	2	1	1	4	1	3	1	1	2	1	3	2	2	76	
S201	1	3	2	1	2	2	1	3	3	4	2	2	1	3	2	4	1	2	3	3	4	1	2	3	1	2	2	3	73	
S202	3	2	2	1	1	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	1	2	4	2	3	2	2	2	3	3	2	3	75	
S203	2	1	2	1	1	3	3	3	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	4	2	2	2	3	2	3	4	2	4	75	
S204	2	2	2	1	1	2	1	2	2	3	1	2	2	3	2	2	1	2	3	2	3	1	2	2	2	3	3	3	102	
S205	2	2	2	1	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	106	
S206	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	71
S207	4	4	4	3	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	77
S208	1	1	2	2	2	1	2	2	1	3	2	3	3	2	1	1	1	2	2	2	2	1	3	1	2	1	2	3	63	
S209	2	4	3	1	1	2	2	4	3	3	3	4	2	4	2	3	2	2	4	3	4	2	2	4	1	4	3	3	89	
S210	1	1	2	2	1	1	2	3	4	3	2	3	3	2	2	1	2	2	4	2	3	2	3	3	1	4	2	2	69	
S211	1	1	2	1	3	1	1	3	1	3	1	2	1	1	1	2	1	1	3	2	2	1	1	2	1	2	2	2	65	
S212	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	65	
S213	1	2	2	1	2	2	1	2	3	3	3	3	1	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	3	2	80	
S214	2	2	2	4	1	1	1	3	4	3	1	4	2	2	1	1	1	2	4	1	1	1	1	1	1	1	4	3	2	63
S215	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	3	1	2	1	2	2	1	2	2	3	68	
S216	1	1	3	2	2	2	1	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	61	
S217	1	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	83	
S218	1	1	3	2	1	3	1	3	2	3	3	2	2	3	2	3	1	2	3	2	3	1	2	2	2	3	2	3	60	

S219	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	3	2	2	2	2	60
S220	1	2	3	2	1	3	3	2	3	3	3	2	2	1	1	3	3	2	1	1	2	2	3	1	3	2	3	2	67
S221	1	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	60
S222	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	79
S223	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	1	3	3	1	2	2	3	2	2	2	3	2	60
S224	1	4	3	2	2	2	1	3	2	3	2	3	2	2	1	2	1	2	3	1	3	1	2	2	2	2	2	3	82
S225	1	1	2	2	1	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	77
S226	1	2	2	2	1	1	1	2	3	4	2	2	1	3	1	2	1	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	3	82
S227	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	70
S228	1	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	4	2	1	3	3	2	70
S229	2	2	2	2	1	3	1	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	74
S230	1	2	2	1	4	2	1	4	3	2	1	3	1	3	1	2	1	2	3	1	4	2	4	1	1	3	3	2	60
S231	1	2	2	1	2	1	1	4	1	4	1	2	1	2	1	3	1	1	3	2	4	1	2	3	1	2	2	3	86
S232	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	76
S233	2	1	2	2	2	3	1	3	1	3	3	2	2	3	2	2	1	2	3	2	4	2	2	3	2	2	2	3	72
S234	1	2	3	1	1	2	2	3	4	2	2	3	2	2	2	1	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	68
S235	1	1	2	1	2	1	1	3	4	3	1	2	1	2	1	2	1	2	3	3	3	1	2	1	1	2	2	3	68
S236	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	85
S237	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	75
S238	1	2	2	1	2	2	1	2	4	2	2	2	2	2	1	3	1	2	3	2	2	1	2	2	2	3	2	2	76
S239	2	1	2	1	3	2	1	2	4	2	1	2	2	2	2	2	1	2	3	1	2	2	2	1	1	2	2	2	76
S240	2	3	2	2	1	3	1	4	4	3	2	3	2	3	2	2	2	2	4	2	3	2	2	2	1	3	2	3	65
S241	2	3	3	1	1	3	1	3	2	4	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	1	2	4	2	3	3	3	63
S242	2	2	2	1	1	1	1	3	3	2	2	2	2	3	1	3	1	2	2	2	3	1	3	2	2	3	2	2	73
S243	1	1	3	2	1	3	2	3	4	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4	1	2	2	2	3	2	3	69

S244	1	4	4	3	1	2	1	4	1	4	3	1	4	3	3	2	3	3	4	1	2	2	3	4	1	4	1	4	70
S245	1	3	2	1	1	3	1	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	1	4	1	2	2	2	2	2	2	2	70
S246	1	2	3	2	1	2	1	4	3	3	2	2	2	2	3	1	1	3	3	4	2	2	3	2	4	2	3	70	
S247	1	1	2	4	1	3	1	3	1	3	3	1	4	3	3	2	1	2	4	2	3	1	3	2	1	4	2	4	65
S248	1	4	4	2	1	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	62	
S249	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	60
S250	1	2	3	1	1	2	1	4	1	3	3	3	1	1	2	3	1	1	4	3	4	1	1	4	2	4	2	3	77
S251	1	2	2	1	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	1	1	2	3	1	4	2	3	2	1	3	1	2	81
S252	2	2	2	1	1	2	2	3	3	3	2	2	1	2	1	2	2	2	3	2	4	2	2	1	1	3	2	2	64
S253	1	1	1	1	1	2	1	2	3	2	2	1	1	2	1	1	1	1	3	1	3	1	1	1	2	2	1	1	94
S254	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	65
S255	1	1	2	1	1	2	1	3	4	3	2	2	1	4	1	1	1	2	4	1	2	1	1	1	1	1	2	2	82
S256	1	4	2	2	1	3	2	2	2	3	2	2	1	3	1	2	1	2	2	2	4	1	2	2	1	2	2	2	88
S257	1	2	3	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	3	1	1	1	2	3	2	2	2	2	1	1	4	2	2	73
S258	2	1	2	1	4	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	3	3	1	2	2	2	1	1	2	3	2	69
S259	1	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	1	2	1	3	2	3	3	2	3	1	1	2	1	3	2	2	74
S260	2	1	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	1	1	1	2	2	74
S261	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	1	4	2	3	80
S262	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	4	1	2	2	1	1	1	3	2	1	3	1	2	1	1	1	3	1	68
S263	2	2	2	2	1	3	1	3	2	3	2	3	1	2	1	2	4	2	3	2	3	2	4	3	2	4	2	3	66
S264	1	3	3	3	1	2	1	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	2	2	3	2	3	2	3	73
S265	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	63
S266	2	2	3	2	2	3	1	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	68
S267	1	2	2	1	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	3	2	3	2	2	2	1	2	2	2	65
S268	1	1	3	2	1	2	1	3	3	3	3	2	2	3	2	2	1	2	3	2	4	1	3	2	2	4	2	3	80

S269	1	2	2	1	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	66	
S270	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	76	
S271	1	1	1	1	1	1	1	2	1	4	1	1	1	1	1	4	1	3	1	2	4	1	1	4	1	4	2	3	106	
S272	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	102	
S273	1	1	1	1	1	1	1	2	3	3	3	2	1	2	1	4	2	2	3	2	3	1	3	4	2	2	2	2	102	
S274	4	4	4	3	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	106
S275	2	2	2	1	1	1	1	4	1	4	1	1	1	1	1	4	1	1	1	4	4	1	1	4	1	4	4	4	72	
S276	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	102

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		276
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-,1432395
	Std. Deviation	8,26691412
Most Extreme Differences	Absolute	,044
	Positive	,044
	Negative	-,042
Test Statistic		,044
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,200 ^d

Uji Linearitas

Case Processing Summary						
	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
IMPULSIVE * Celebrity Endorse	265	100.0%	0	0.0%	265	100.0%

Report			
IMPULSIVE			
Celebrity Endorse	Mean	N	Std. Deviation
78	67.50	2	7.778
79	69.00	1	.
81	71.00	1	.
82	73.00	1	.
83	54.00	1	.
84	71.67	3	2.887
85	64.43	7	4.117
86	70.33	6	4.761
87	70.85	13	6.189
88	70.83	6	5.492
89	67.38	8	6.968
90	67.50	10	5.930
91	64.50	6	6.565
92	67.00	6	3.033

93	63.43	7	8.182
94	70.00	10	4.595
95	65.30	10	7.103
96	67.25	4	8.958
97	69.80	5	5.357
98	68.82	11	3.763
99	67.67	15	6.433
100	66.00	13	5.228
101	71.71	7	6.047
102	66.08	12	5.977
103	68.57	14	6.009
104	66.85	13	4.018
105	67.43	7	7.721
106	66.56	9	7.552
107	66.43	7	4.577
108	66.70	10	5.870
109	66.50	10	4.089
110	67.56	9	6.207
111	68.17	6	2.994
112	69.00	8	6.928
113	70.75	4	3.594
114	60.33	3	4.041
Total	67.58	276	5.867

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Impulsive Buying Celebrity Endorse	Between Groups	(Combined)	1381,368	38	39,468	1,173	,244
		Linearity	29,996	1	29,996	,891	,346
		Deviation from Linearity	1351,372	37	39,746	1,181	,237
Within Groups			7707,138	237	33,656		
Total			9088,506	276			

Measures of Association					
		R	R Squared	Eta	Eta Squared

IMPULSIVE * Celebrity Endorse	-.057	.003	.390	.152
----------------------------------	-------	------	------	------

Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	36,184	4,982		7,262	<,001
	Celebrity Endorse	,436	,054	,441	8,124	<,001

Surat-Surat

**SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN DAN HUMANIORA
UIN ANTASARI BANJARMASIN
NOMOR 328 TAHUN 2020**

**Tentang
PERSETUJUAN PROPOSAL SKRIPSI MAHASISWA
DAN PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING**

- Menimbang : a. Bahwa proposal skripsi yang berjudul: "Pengaruh Celebrity Endorse Instagram Terhadap Impulsive Buying Konsumen Online Shop pada Generasi Milenial di Kota Banjarmasin" telah ditelaah oleh Dosen Penelaah.
- b. Bahwa persetujuan atau penolakan judul skripsi mahasiswa perlu dituangkan dalam sebuah surat keputusan
- Memperhatikan : Hasil sidang Jurusan Psikologi Islam yang diselenggarakan pada tanggal, 12 Agustus 2020
- Mengingat : 1. Undang-Undang RI No 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Sistem Pendidikan Nasional
2. Peraturan Pemerintah No 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
3. Peraturan Presiden No 36 Tahun 2017 tentang Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin
4. Peraturan Menteri Agama No 20 Tahun 2017 tentang Organisasi dan tata Kerja UIN Antasari Banjarmasin
5. Peraturan Menteri Agama No 29 Tahun 2017 tentang Statuta UIN Antasari Banjarmasin
6. Keputusan Direktur jenderal Pendidikan Islam No 102 Tahun 2019 tentang Standar Keagamaan Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam
7. Keputusan Rektor Uin Antasari No 289 Tahun 2018 tentang Pedoman Pelaksanaan Sistem Kredit Semester UIN Antasari Banjarmasin

MEMUTUSKAN

- Menetapkan :
Pertama : Menyetujui proposal skripsi mahasiswa yang berjudul: "Pengaruh Celebrity Endorse Instagram Terhadap Impulsive Buying Konsumen Online Shop pada Generasi Milenial di Kota Banjarmasin" untuk digarap oleh mahasiswa/i:

**Nama/NIM: Sonia Nur Persada/170104040023
Program Studi : Psikologi Islam**

- Kedua : Menunjuk dan menetapkan Mubarak, M.A sebagai Dosen Pembimbing I dan Shanty Komalasari, M.Psi. Psikolog sebagai Dosen Pembimbing II untuk mahasiswa tersebut diatas.
- Ketiga : Apabila terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan dibetulkan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banjarmasin
Pada tanggal : 12 Agustus 2020



Dekan,
Dr. Irfan Noor, M.Hum
NIP. 197104142003121005

- Tembusan:
1. Jurusan
2. Dosen Pembimbing
3. Arsip



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS USHULUDDIN DAN HUMANIORA

Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235 Telepon (0511) 3266593

Nomor : B-1130/Un.14/III.3/PP.00.9/08/2020
Lamp. : --
Hal : **Pelaksanaan Seminar Desain Operasional
a.n. Sonia Nur Persada**

12 Agustus 2020

KEPADA YTH.
1. Mubarak, M.A
2. Shanty Komalasari, M.Psi. Psikolog
3. Imadduddin, M.A
(Dosen Fakultas Ushuluddin dan Humaniora)
di Banjarmasin

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dengan disetujui Proposal Skripsi Mahasiswa :

Nama : Sonia Nur Persada
NIM : 170104040023
Judul : Pengaruh Celebrity Endorse Instagram Terhadap Impulsive
Buying Konsumen Online Shop pada Generasi Milenial di Kota
Banjarmasin

Dengan ini, diberitahukan bahwa proposal tersebut setelah diubah menjadi desain operasional akan diseminarkan pada :

Hari/Tanggal : Selasa, 8 September 2020
Waktu : (11.00-12.00 WITA)
Tempat : Daring
Pembimbing I : Mubarak, M.A
Pembimbing II : Shanty Komalasari, M.Psi. Psikolog
Moderator : Imadduddin, M.A

Demikian untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Wassalam,
Dehan,

Dehan Noor



Formulir Professional Judgment

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nur Alina Saidah, M.psi., Psikolog

Institusi : Al-maahira Malang

Dengan ini telah melaksanakan professional judgment pada:

Nama : Sonia Nur Persada

NIM : 170104040023

Judul Penelitian : Pengaruh Celebrity Endorse Instagram Terhadap Impulsive Buying pada Generasi Millennial di Kota Banjarmasin

Objek Penilaian : Generasi Millennial di Kota Banjarmasin

Demikian professional judgment ini dibuat untuk dapat diperbaiki sesuai rekomendasi.

Banjarmasin, Desember 2021

Profesional



(Nur Alina Saidah, M.psi., Psikolog)

Rekomendasi dan Hasil Professional Judgment

Nama : Sonia Nur Persada

NIM : 170104040023

1. Pada dimensi '*Visibility*' diusahakan setiap indikator memiliki lebih dari satu pernyataan atau item.
2. Pada indikator 'keahlian' kata 'selera' harus lebih dijelaskan yang dimaksud adalah selera apa?
3. Pada indikator 'keahlian' bisa ditambah dengan item favor.
4. Pada indikator 'kesan positif' item 'Akun instagram "makananenakbanjar"' memiliki unggahan foto kuliner yang terlihat biasa saja (UF)' kurang selaras dengan indikator, cenderung masuk pada indikator 'menarik'.
5. Pada indikator 'kreatif' bisa ditambahkan hal lain tidak hanya terkait *caption*.
6. Penulisan kata 'di' jika setelahnya kata kerja maka digabung.
7. Pada item 'Ketika melihat barang yang menarik, saya tidak menghiraukannya' bisa ditambah menjadi 'Ketika melihat barang yang menarik, saya tidak menghiraukannya karena belum membutuhkan barang tersebut' disesuaikan dengan indikator 'Kegiatan pembelian tanpa mempertimbangkan kegunaan suatu produk'.
8. Harus konsisten menyebutkan apakah yang dimaksud pada skala adalah 'barang' atau 'produk kuliner' karena ketika membaca kalimatnya bisa menjadi persepsi yang berbeda.
9. Item 'Saya sering membeli produk kuliner tanpa perencanaan (F)' bisa dipertimbang lebih cocok masuk pada indicator 'Kegiatan berbelanja yang dilakukan tanpa pertimbangan akan suatu produk' atau 'Adanya proses pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan'



(Nur Alina Saidah, M.Psi., Psikolog)



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS USHULUDDIN DAN HUMANIORA
PRODI PSIKOLOGI ISLAM

Alamat : Jl. Jend. A. Yani KM.4,5 Telp 3266593 Banjarmasin Kode Post 70235

Formulir Professional Judgment

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Musfichin, M.A
Institusi : UIN Antasari Banjarmasin

Dengan ini telah melaksanakan professional judgment pada:

Nama : Sonia Nur Persada
NIM : 170104040023
Judul Penelitian : Pengaruh Celebrity Endorse Instagram Terhadap Impulsive Buying pada Generasi Millennial di Kota Banjarmasin
Objek Penilaian : Generasi Millennial di Kota Banjarmasin

Demikian professional judgment ini dibuat untuk dapat diperbaiki sesuai rekomendasi.

Banjarmasin, 2 Desember 2021

Profesional

(Musfichin, M. A)



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS USHULUDDIN DAN HUMANIORA
PRODI PSIKOLOGI ISLAM

Alamat : Jl. Jend. A. Yani KM.4,5 Telp 3266593 Banjarmasin Kode Post 70235

Rekomendasi dan Hasil Professional Judgment

Nama : Sonia Nur Persada

NIM : 170104040023

1. Tambahkan tanda petik pada nama akun instagram "makananenakbanjar"
2. Tambahkan kata /blur di akhir kalimat "akun instagram makananenakbanjar memiliki kualitas unggahan foto yang kurang jelas"
3. Mengubah "tanpa alasan tertentu" menjadi "tanpa perencanaan"

Banjarmasin, 2 Desember 2021

Profesional

(Musfichin, M. A)

SK Lulus Plagiasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS USHULUDDIN DAN HUMANIORA
PROGRAM STUDI PSIKOLOGI ISLAM

Email: psikologi.islam@uin-antasari.ac.id website www.pi.uin-antasari.ac.id

Jl. A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin KodePos 70235 Telp (0511) 3266593

Surat Keterangan Lulus Uji Plagiasi

Nomor: 964/Un.14/III.3/PP.00.9/04/2022

Ketua Prodi Psikologi Islam menerangkan bahwa karya ilmiah:

Nama : Sonia Nur Persada

NIM : 170104040023

Prodi : Psikologi Islam

Jenis Karya Ilmiah : Skripsi

Judul Karya Ilmiah : "Pengaruh *Celebrity Endorse* Terhadap *Impulsive Buying* pada Generasi Milenial di Banjarmasin"

Telah dinyatakan **lulus uji plagiasi** dengan Prosentase sebagaimana terlampir.

Demikian surat keterangan lulus uji plagiasi ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 21 April 2022

Menyetujui
An. Ketua Program Studi Psikologi Islam
Sekretaris



Yulia Hairina



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS USHULUDDIN DAN HUMANIORA
PROGRAM STUDI PSIKOLOGI ISLAM**

Email: psikologi.islam@uin-antasari.ac.id website www.pi.uin-antasari.ac.id

Jl. A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin KodePos 70235 Telp (0511) 3266593

Hasil Uji Plagiasi

Nama : Sonia Nur Persada

NIM : 170104040023

Bab	Tahap				Ket
	1	2	3	4	
1	44	34	26		Lulus
2	44	26	29		Lulus
3	64	46	19	25	Lulus
4			54	29	Lulus
5			42	17	Lulus

Banjarmasin, 21 April 2022

Menyetujui

**An. Ketua Program Studi Psikologi Islam
Sekretaris**



Julia Hairina



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS USHULUDDIN DAN HUMANIORA**

Jl. Jend. A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin Kode Pos 70235 Telp. (0511) 3266593

KARTU KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Sonia Nur Persada
Nim : 170104040023
Judul : Pengaruh Celebrity Endorse terhadap Impulsive Buying pada Generasi Milenial di Banjarmasin
Dosen Pembimbing :
 1. Dra. Hj. Siti Faridah M.Ag
 2. Shanty Komalasari M.Psi, Psikolog

No.	Tanggal	Deskripsi Masalah yang Dikonsultasikan	Tanda Tangan
1	15 November 2021	Konsultasi terkait bab 1,2,3	
2	18 November 2021	-Konsultasi mengenai skala -Perijinan uji plagiasi bab 1,2,3	
3	26 November 2021	Persetujuan melanjutkan ke profesional judgement	
4	5 Februari 2022	Konsultasi mengenai data penelitian	
5	9 Februari 2022	-Menambahkan analisis keislaman -Perbaikan penulisan footnote -Perbaikan teknik penulisan	
6	11 Februari 2022	Laporan progres pengerjaan skripsi dan revisi bab 4	
7	16 Februari 2022	-Memperkaya pembahasan di bab 4 -Perbaikan penulisan nama dan no surah	
8	23 Februari 2022	Menambahkan analisis mengenai subjek	
9	1 Maret 2022	-Perbaikan spasi, tabel dan judul tabel	
10	7 Maret 2022	Konsultasi bab 5	
11	14 Maret 2022	Acc bab 5, dan perbaikan teknik penulisannya	
12	15 Maret 2022	Konsultasi mengenai abstrak dan jurnal	
13	16 Maret 2022	Revisi jurnal, dan konsultasi terkait publikasi jurnal	
14	13 April 2022	Izin uji plagiasi bab 1-5	



KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

FAKULTAS USHULUDDIN DAN HUMANIORA

Jl. Jend. A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin Kode Pos 70235 Telp. (0511) 3266593

KARTU KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Sonia Nur Persada
Nim : 170104040023
Judul : Pengaruh Celebrity Endorse terhadap Impulsive Buying pada Generasi Milenial di Banjarmasin

Dosen Pembimbing :

1. Dra. Hj. Siti Faridah M.Ag
2. Shanty Komalasari M.Psi, Psikolog

No.	Tanggal	Deskripsi Masalah yang Dikonsultasikan	Tanda Tangan
1	25 Oktober 2021	Konsultasi bab 1,2,3	
2	18 November 2021	Konsultasi mengenai skala	
3	26 November 2021	Konsultasi untuk persetujuan melanjutkan ke profesional judgement	
4	2 Desember 2021	Bimbingan hasil uji plagiasi bab 1,2,3	
5	24 Desember 2021	Konsultasi untuk pengambilan data	
6	4 Januari 2022	Konsultasi mengenai responden	
7	6 Januari 2022	Konsultasi mengenai data yang diujikan	
8	7 Januari 2022	Melaporkan hasil data yang di dapat	
9	11 Januari 2022	Bimbingan mengenai hasil data yang di dapat, dan konsultasi bab 4	
10	21 Januari 2022	Revisi pembahasan bab 4	
11	8 Februari 2022	Revisi bab 4 dan bab 5	
12	17 Februari 2022	Konsultasi mengenai pedoman penulisan skripsi	
13	22 Februari 2022	Konsultasi bab 4, kesimpulan dan abstrak	
14	24 Februari 2022	Bimbingan mengenai penambahan 2 penelitian terdahulu yang berkaitan dengan hasil data responden	
15	4 Maret 2022	Revisi bab 5	
16	10 Maret 2022	Konsultasi jurnal	
17	16 Maret 2022	Konsultasi mengenai publikasi jurnal	
18	6 April 2022	Konsultasi hasil Uji plagiasi bab 4 dan 5	
19	13 April 2022	Konsultasi hasil uji plagiasi bab 1-5	

Jurnal

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSE* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA GENERASI MILENIAL DI BANJARMASIN

Sonia Nur Persada, Siti Faridah dan Shanty Komalasari

Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin

Abstract

This study was to determine whether there is an influence between celebrity endorsement on impulsive buying in the millennial generation in Banjarmasin. The research method used in this study is quantitative with a correlational model. The regression test result obtained a significant value of $0.001 < 0.05$ with an R Square value of 0.194 and an R table value of 0.441. So it can be concluded that there is a significant relationship between celebrity endorsement and impulsive buying in the millennial generation in Banjarmasin by 19.4% and, is in the moderate category which is in the coefficient interval 0.40-0.599.

Keywords: Celebrity Endorse; Impulsive Buying; Millenial Generation.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *celebrity endorse* terhadap *impulsive buying* pada generasi milenial di Banjarmasin. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah kuantitatif dengan model korelasional. Hasil dari uji regresi memperoleh nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ dengan nilai R Square sebesar 0,194 dan nilai R tabel sebesar 0,441. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara selebriti pendukung terhadap pembelian impulsif pada generasi milenial di Banjarmasin sebesar 19,4% dan berada pada kategori sedang yang mana berada pada interval koefisien 0,40-0,599.

Kata Kunci: Celebrity Endorse; Impulsive buying; Generasi Milenial.

Perkembangan teknologi serta informasi yang semakin pesat mengakibatkan pengguna internet semakin meningkat. Dikutip dari detik.com, berdasarkan laporan dari *We Are Social*, pada tahun 2020 disebutkan bahwa pengakses internet di Indonesia mencapai 64% atau 175,4 juta pengguna. Hal ini diketahui bahwasanya lebih dari setengah penduduk di Indonesia telah mengakses internet (Haryanto, 2020). Pada saat ini, internet tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi, tapi sudah lebih luas seperti berbisnis, melakukan jual beli, sebagai sarana untuk mencari

hiburan, memesan transportasi serta komunikasi pemasaran (Hardilawati dkk, 2019).

Komunikasi pemasaran yang saat ini sering digunakan ialah melalui platform jejaring sosial, salah satunya ialah Instagram. Instagram merupakan salah satu media yang sering digunakan oleh para pemilik usaha untuk mempromosikan jualan mereka. Hal ini dikarenakan *Instagram* memiliki karakteristik berupa foto/video, tampilan yang sederhana dan adanya *hashtag* yang mempermudah dalam pencarian sehingga juga memudahkan konsumen untuk mencari apa yang mereka inginkan (Ardiansah dan Maharani, 2021). Dikutip dari data survei pada *We Are Social*, Instagram merupakan salah satu aplikasi yang paling diminati di Indonesia tepatnya berada pada urutan ke-4 setelah YouTube, WhatsApp dan Facebook. Selain itu Instagram juga populer di kalangan milenial (Jefferly Helianthusonfri, 2020). Oleh sebab itu Instagram sangat cocok digunakan untuk kegiatan beriklan.

Dalam Instagram terdapat akun-akun yang memiliki jumlah pengikut yang banyak. Akun ini biasa dimiliki oleh selebriti Instagram atau biasa disebut dengan *selebgram*. *Selebgram* dinilai memiliki kekuatan untuk mempengaruhi orang lain sehingga banyak para pemilik usaha yang tertarik memakai jasa *selebgram* untuk *endorsement* (Hardilawati dkk, 2019). *Endorsement* adalah jasa untuk mempromosikan suatu produk di sosial media, hal ini biasanya dilakukan oleh seseorang yang memiliki pengaruh yang cukup besar untuk mempengaruhi para pengikutnya di sosial media agar tertarik membeli produk yang telah dipromosikannya (Tania dkk, 2020). Oleh sebab itu promosi dengan menggunakan daya tarik *celebrity endorse* cukup efektif.

Terbukti dalam penelitian yang dilakukan oleh Rachel, Goenawan dan Monica yang mana membuktikan bahwa Marsha Aruan dijadikan sebagai *endorser* efektif dan indikator yang paling berpengaruh dalam keefektivan Marsha Aruan sebagai *celebrity endorser* adalah *attractiveness* atau daya tarik (Rachel dkk, 2020). Menurut Shimp *celebrity endorse* adalah penggunaan seseorang yang terkenal untuk mendukung suatu produk di dalam periklanan. Biasanya para pengiklan membayar selebriti yang dipilih untuk melakukan *endorsement* terhadap produk yang mereka jual (Shimp, 2020). Ketika menggunakan daya tarik *celebrity endorse* pelanggan akan melihat secara visual melalui media sosial produk-produk yang digunakan oleh selebriti yang diidolakan. Selebriti yang digunakan dalam kegiatan ini harus dapat meyakinkan para

pembeli dengan memberikan informasi yang menarik dan memikat perhatian calon pembeli.

Salah satu *celebrity endorse Instagram* yang ada di kota Banjarmasin yaitu “makananenakbanjar”. “makananenakbanjar” merupakan salah satu akun yang ditujukan untuk *review* makanan yang ada di Kalimantan Selatan, khususnya makanan yang ada di Kota Banjarmasin. Saat ini “makananenakbanjar” sudah memiliki 81,7 ribu pengikut di akun Instagram-nya dan cukup aktif melakukan *endorsement*. Sejak pertama kali akun ini dibuat banyak para pemilik usaha makanan yang melakukan *endorsement* di akun ini, bahkan banyak para pemilik usaha makanan yang merasa puas dengan *feedback* yang diberikan “makananenakbanjar” sehingga mereka melakukan *endorsement* secara terus menerus. *Audience* di akun *Instagram* “makananenakbanjar” didominasi oleh generasi milenial, yaitu dengan rentang usia 18-24 tahun sebesar 21,6% dan usia 25-34 tahun sebesar 53,4%.

Generasi milenial merupakan orang-orang yang lahir kisaran tahun 1980 sampai dengan tahun 2000-an (Dewi dkk, 2020). Eastman dan Liu juga mengatakan bahwa generasi milenial merupakan kelompok generasi yang paling tepat untuk target pasar, karena mereka merupakan konsumen dengan taraf konsumsi serta daya beli yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan generasi X dan *baby boomers* (Eastman dan Liu, 2012). Perilaku konsumtif pada generasi milenial disebabkan oleh pengaruh iklan yang ada di media sosial. Generasi milenial cenderung mempunyai keingintahuan yang tinggi terhadap suatu produk, yang menimbulkan perasaan ingin mencoba dan memutuskan membeli sebuah produk agar dapat memuaskan hasrat belanja. Siklus inilah yang mempengaruhi intensitas belanja yang terlalu sering pada generasi milenial (Sugianto, 2018).

Kegiatan berbelanja yang terlalu sering dapat memicu pembelian secara spontan dan disertai dengan hilangnya kontrol diri yang dapat menimbulkan keinginan yang menggebu-gebu untuk mendapatkan produk tersebut dengan segera sehingga memicu permasalahan emosional, yang disebabkan kurangnya pertimbangan akan konsekuensi dari pembelian tersebut, hal ini disebut dengan pembelian impulsif. Menurut Rook dan Gardner *impulsive buying* adalah tindakan membeli yang dilakukan secara spontan, tanpa ada pertimbangan, tidak rasional, yang mana transaksi dilakukan pada saat itu juga diiringi dengan perasaan senang serta adanya hasrat yang kuat (Rook, 1987).

Seseorang yang cenderung impulsif biasanya ketika terdorong untuk membeli suatu produk pada kenyataannya pembeli itu sendiri tidak selalu membeli apa yang dibutuhkannya, melainkan apa yang diinginkannya. Pernyataan ini sebanding dengan pendapat Rook yang mana pembelian yang dilakukan hanya untuk memenuhi kebutuhan nafsu untuk membelinya saja, bahkan sering kali pembelian impulsif terjadi secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya oleh pembeli dan hal tersebut dikarenakan adanya dorongan kognitif dan afektif dalam diri seseorang (Rook, 1987).

Sebelumnya peneliti sudah melakukan wawancara terlebih dahulu pada tanggal 18 Juni 2021 kepada beberapa pengikut di akun Instagram “makananenakbanjar”. Peneliti memberikan beberapa pertanyaan yang mengarah kepada seberapa besar indikasi perilaku impulsif terhadap pembelian produk makanan pada generasi milenial di kota Banjarmasin. Peneliti melontarkan beberapa pertanyaan tentang seberapa sering dia berbelanja kepada beberapa subjek, dari wawancara tersebut menunjukkan bahwa sebagian responden menyatakan bahwa ia sering kali membeli produk makanan tanpa perencanaan sebelumnya, biasanya kegiatan membeli tersebut dilakukan secara spontan. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengetahui apakah ada pengaruh *celebrity endorse* terhadap *impulsive buying* pada generasi milenial di Banjarmasin.

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui tingkat pengaruh yang diberikan *celebrity endorse* terhadap generasi milenial, tingkat *impulsive buying*, dan pengaruh antara *celebrity endorse* terhadap *impulsive buying* pada generasi milenial di Banjarmasin.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan model korelasional (John W. Creswell, 2014). Metode penelitian korelasional merupakan bentuk penelitian kuantitatif yang menggunakan korelasi statistik untuk mengukur dan mendeskripsikan apakah variabel tersebut saling berhubungan atau tidak. Objek dari penelitian ialah *Celebrity Endorse* (variabel independen) dan *Impulsive Buying* (variabel dependen). Pada penelitian ini Populasi yang digunakan ialah seluruh pengikut akun Instagram “makananenakbanjar” yang berjumlah 81.700. jumlah

sampel yang diambil sekitar 10% dari populasi yaitu 276 orang. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* atau sampel berdasarkan kriteria.

Terdapat dua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala *celebrity endorse* dan skala *impulsive buying*. Skala *celebrity endorse* disusun berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Percy dan Rositter, yang meliputi *visibility, credibility, attraction* dan *power*. Sedangkan skala *impulsive buying* disusun menurut aspek-aspek yang diutarakan oleh Verplanken dan Herabadi yang meliputi aspek kognitif dan aspek afektif.

Analisis data pada penelitian ini menggunakan metode analisis statistik dengan menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana, hal ini dilakukan untuk menguji pengaruh antara variabel dependen dengan variabel independen. Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan aplikasi komputer yaitu SPSS versi 28.

HASIL

Uji Asumsi

Setelah dilakukan uji normalitas pada variabel *celebrity endorse* dan *impulsive buying* diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah $0,200 > 0,05$ yang mana berarti data dari sebaran penelitian berdistribusi normal. Hasil uji linearitas diketahui bahwa nilai signifikan *deviation from linearity* adalah $0,237$. Dari nilai tersebut diketahui bahwa $0,237 > 0,05$, maka bisa disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang linear secara signifikan antara variabel *celebrity endorse* (X) dengan variabel *impulsive buying* (Y).

Uji Hipotesis

Setelah dilakukan uji analisis regresi linear sederhana antara variabel *celebrity endorse* terhadap variabel *impulsive buying* maka memperoleh nilai signifikansi dengan hasil sebesar $0,001 < 0,05$ yang mana bisa diartikan bahwa kedua variabel berkorelasi yaitu antara variabel *celebrity endorse* terhadap *impulsive buying* pada generasi milenial di Banjarmasin. Berikut merupakan tabel hasil uji analisis regresi linier sederhana antara variabel *celebrity endorse* dan *impulsive buying*.

Tabel 1
Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,441 ^a	,194	,191	8,534

Pada tabel 1, setelah dilakukan uji analisis regresi linear sederhana maka diperoleh nilai R Square sebesar 0,194 yang mana bisa disimpulkan bahwasanya variabel *celebrity endorse* memiliki pengaruh terhadap variabel *impulsive buying* sebesar 19,4%. dan 80,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Untuk mengetahui kekuatan hubungan antara variabel *celebrity endorse* dengan variabel *impulsive buying* dapat dilihat dari nilai R pada tabel di atas yaitu sebesar 0,441. Adapun cara penentuan tingkatan hubungan antara variabel *celebrity endorse* dengan variabel *impulsive buying* dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2
Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

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

Dari tabel 2 diketahui bahwa kekuatan hubungan antara variabel *celebrity endorse* terhadap variabel *impulsive buying* 0,441 yang mana berada pada interval koefisien 0,40-0,599. Maka, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel *celebrity endorse* terhadap variabel *impulsive buying* pada generasi milenial di Banjarmasin berada pada kategori sedang.

Setiap variabel pada penelitian ini dikategorisasikan dengan maksud untuk mengelompokkan individu maupun subjek penelitian menurut tingkatan kontinum sesuai dengan atribut yang akan diukur. Berikut penjabaran tabel mengenai kategori tingkat *celebrity endorse* dan *impulsive buying* pada generasi milenial di Banjarmasin.

Tabel 3
Tingkat Celebrity Endorse

Kategori	Norma	F	Persentase
$X < 83,20$	Rendah	47	17%
$83,20 \leq X < 101,27$	Sedang	180	65%
$X \geq 101,27$	Tinggi	49	18%

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa tingkat pengaruh *celebrity endorse* pada generasi milenial dengan kategori rendah sebesar 17% (47 orang), kategori sedang sebesar 65% (180 orang), dan kategori tinggi sebesar 18% (49 orang).

Tabel 4
Tingkat Impulsive Buying

Kategori	Norma	F	Persentase
$X < 66,96$	Rendah	53	19%
$66,96 \leq X < 85,94$	Sedang	176	64%
$X \geq 85,94$	Tinggi	47	17%

Berdasarkan tabel 4 diketahui bahwa tingkat pengaruh *impulsive buying* pada generasi milenial dengan kategori rendah sebesar 19% (53 orang), kategori sedang sebesar 64% (176 orang), dan kategori tinggi sebesar 17% (47 orang).

Pembahasan

Subjek dari penelitian ini berjumlah 276 orang, jenis kelamin laki-laki berjumlah 23 orang dan jenis kelamin perempuan berjumlah 253 orang. Pada penelitian ini subjek dengan jenis kelamin perempuan lebih dominan dibandingkan laki-laki, hal ini karena perempuan biasanya cenderung lebih impulsif dibandingkan laki-laki. Sebanding dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Astari dan Widagda yang menjelaskan bahwa jenis kelamin perempuan lebih banyak melakukan pembelian impulsif daripada laki-laki (Astari dan Widagda, 2014). Nurlinda dan Yuliani dalam penelitiannya juga menyebutkan bahwa perempuan lebih banyak melakukan pembelian yang diiringi dengan respons emosional sedangkan laki-laki cenderung membeli berdasarkan apa yang sedang dibutuhkannya (Nurlinda dan Yuliyani, 2021).

Adapun data yang diperoleh dari variabel *celebrity endorse* dan variabel *impulsive buying* berdistribusi normal dan linear. Berdasarkan hasil analisis *product moment* diperoleh koefisien korelasi antara *celebrity endorse* dengan *impulsive buying* sebesar 0,441 dengan taraf signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Dalam penelitian ini ada 1 hipotesis kerja (H_a) yang sudah diterima. Didasarkan pada pengujian hipotesis didapatkan hasil bahwasanya ada pengaruh secara signifikan dari *celebrity endorse* terhadap *impulsive buying* pada generasi milenial di Banjarmasin dengan nilai 19,4%. Hal tersebut sejalan dengan riset dari Tanpli, yang menyatakan

bahwasanya ada pengaruh positif yang amat signifikan dari *celebrity endorse* pada *impulsive buying* (Tanpli, 2020). Jika dilihat dari hasil penelitian bisa disimpulkan bahwa semakin tinggi pengaruh yang diberikan oleh *celebrity endorse* maka semakin tinggi pula kemungkinan terjadinya *impulsive buying*.

Didasarkan pada hasil analisis, bisa disimpulkan bahwasanya ada pengaruh yang signifikan dari *celebrity endorse* terhadap *impulsive buying* pada generasi milenial di Banjarmasin. Akan tetapi melalui hasil ini *impulsive buying* tidak mutlak terpengaruh oleh *celebrity endorse*, karena seorang individu mungkin mempunyai tingkatan *impulsive buying* yang tinggi terpengaruh oleh faktor lainnya yang tidak dilibatkan pada penelitian ini. Seperti yang diungkapkan oleh Wijaya dan Oktariana bahwasanya beberapa faktor yang bisa berpengaruh pada *impulsive buying* diantaranya sampel akan suatu produk, kemasan suatu produk, lokasi usaha, dan strategi pemasaran dari toko tersebut (Wijaya dan Oktarina, 2019). Hal ini juga dibuktikan pada penelitian yang dilakukan oleh Gunadhy mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *impulse buying* pada Carrefour di Surabaya disebutkan bahwa faktor yang menyebabkan terjadinya *impulsive buying* antara lain, ketersediaan uang, kenikmatan berbelanja, *in-store browsing* dan merasa terdorong untuk membeli secara impulsif (Gunadhi, 2012).

Verplanken dan Herabadi mendefinisikan *impulsive buying* sebagai suatu pembelian yang terjadi secara tidak rasional serta dilakukan secara cepat. Perilaku *impulsive buying* ini muncul akibat adanya sebuah dorongan eksternal yang bersifat spontan, individu tersebut tidak mempunyai rencana untuk membeli sebuah produk sebelumnya serta diikuti dengan minat yang kuat dibanding dari sisi kognitifnya (Verplanken dan Herabadi, 2001). Jadi *impulsive buying* bisa diartikan sebagai perilaku membeli yang dilakukan secara spontan, tanpa adanya pertimbangan yang matang sebelumnya dan biasanya dorongan untuk membeli tersebut datang dari luar diri individu. Gambaran *impulsive buying* menurut aspek yang dijelaskan oleh Verplanken dan Herabadi yaitu kognitif dan afektif. Adapun hasil analisis aspek yang memberikan kontribusi paling besar terhadap variabel *impulsive buying* adalah aspek kognitif dengan nilai *mean* sebesar 32,95 sementara aspek yang paling sedikit berkontribusi pada variabel *impulsive buying* adalah aspek afektif dengan nilai *mean* sebesar 27,05.

Adapun di antara faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku *impulsive buying* adalah pengaruh dari *celebrity endorse*. *Celebrity endorse* menurut Shimp ialah seseorang yang dikenal oleh banyak orang yang dikenal sebab prestasinya pada bidang tertentu. Biasanya para selebriti diminta untuk menjadi juru bicara akan suatu produk (Shimp, 2020). Adapun gambaran *celebrity endorse* berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Percy & Rositter yang diuraikan pada definisi operational juga landasan teori terdiri dari 4 aspek yaitu *visibility*, *credibility*, *attraction* dan *power*. Adapun hasil analisis aspek yang memberikan kontribusi paling besar terhadap variabel *celebrity endorse* adalah aspek *attraction* dengan nilai *mean* sebesar 30,39, kemudian aspek *power* dengan nilai *mean* sebesar 27,80, kemudian aspek *credibility* dengan nilai *mean* 17,30 dan aspek yang paling sedikit berkontribusi pada variabel *celebrity endorse* yaitu aspek *visibility* dengan nilai *mean* sebesar 16,55.

Kemudian, untuk mengetahui tingkat pengaruh *celebrity endorse* pada generasi milenial di Banjarmasin, didasarkan pada hasil penelitian diketahui bahwasanya pengaruh *celebrity endorse* pada kategori rendah 47 orang (17%), kategori sedang 180 orang (65%), serta kategori tinggi 49 orang (18%). Oleh karena itu pada umumnya pengaruh *celebrity endorse* yang terjadi kepada generasi milenial di Banjarmasin berada dalam kategori sedang. Tingkat pengaruh *celebrity endorse* dengan kategori sedang dapat memperlihatkan bahwa generasi milenial di Banjarmasin memiliki rasa ketertarikan terhadap produk makanan setelah melihat *celebrity endorse* mempromosikan produk tersebut, yang mana kemudian timbul lah rasa ingin membeli produk makanan tersebut. Sesuai dengan pendapat McCracken dukungan selebriti mempengaruhi perasaan konsumen secara umum yang mana dapat mempengaruhi sikap konsumen terhadap sebuah iklan maupun merek, hal ini dapat mengakibatkan peningkatan niat pembelian (McCracken dan Parker, 1998).

Kemudian, untuk mengetahui tingkat *impulsive buying* pada generasi milenial di Banjarmasin, didasarkan pada hasil penelitian terlihat bahwasanya pengaruh *impulsive buying* di kategori rendah 53 orang (19%), sedang 176 orang (64%), serta tinggi 47 orang (17%). Maka pada umumnya tingkat *impulsive buying* yang terjadi kepada generasi milenial di Banjarmasin berada dalam kategori sedang. Tingkat pengaruh *impulsive buying* dengan kategori sedang dapat memperlihatkan bahwa generasi milenial di Banjarmasin memiliki rasa ketertarikan terhadap produk makanan setelah melihat *celebrity endorse* mempromosikan produk tersebut, yang

mana kemudian timbullah rasa ingin membeli produk makanan tersebut. Sesuai dengan pendapat Murray bahwa *impulsive buying* merupakan sebuah sifat individu yang reflektif, cepat dan memikirkan secara logistik yang cenderung ada dipikiran individu dalam membeli sesuatu. Perilaku *impulsive buying* ini muncul akibat adanya sebuah dorongan eksternal yang bersifat spontan, serta adanya sebuah pemikiran dalam berbelanja yang tidak direncanakan atau secara tiba-tiba (Rasimin dan Atamimi, 2008). Keinginan untuk membeli sesuatu dengan segera tersebut biasanya diikuti dengan dorongan emosional serta condong tidak memikirkan konsekuensinya (Nafeesa dan Novita, 2021). Jadi, perilaku membeli lebih baik dilakukan sesuai dengan kebutuhan bukan berdasarkan keinginan. Sesuai dengan firman Allah Swt dalam Q.S. *al-Hasyr/59*: 18 disebutkan.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَانْتِظِرُوا نَفْسَ مَا قَدَّمْتُمْ لِعَدِّهِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ
خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan"

Dari ayat di atas menurut tafsir *al-misbah* (Hai orang-orang yang beriman Bertakwalah kepada Allah) yaitu untuk menghindari siksa yang diberikan Allah dengan cara melakukan segala hal yang diperintahkan oleh Allah dan menjauhi segala Larangan-Nya. (dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok) yaitu kita diperintahkan untuk meninjau ulang terhadap amal-amal yang telah kita lakukan (Shihab, 2012). Dari ayat di atas dapat disimpulkan bahwa kita disarankan untuk melakukan perencanaan yang baik dalam hidup, begitu pula dalam hal berkonsumsi, kita harus mengutamakan kebutuhan bukan keinginan yang mana tujuannya untuk membatasi keinginan yang berlebihan.

Kesimpulan

Terdapat pengaruh secara signifikan antara *celebrity endorse* terhadap *impulsive buying* pada generasi milenial di Banjarmasin sebesar 19,4% dengan nilai signifikansi variabel *celebrity endorse* terhadap *impulsive buying* yakni senilai $0,001 < 0,05$ yang memperlihatkan bahwasanya pengajuan H_0 dinyatakan diterima. Tingkat

pengaruh yang diberikan oleh *celebrity endorse* kepada generasi milenial di Banjarmasin berada pada kategori sedang, yang berarti generasi milenial di Banjarmasin memiliki ketertarikan terhadap produk makanan setelah melihat *celebrity endorse* mempromosikan produk kemudian menimbulkan rasa ingin membeli produk makanan tersebut. Hal tersebut diketahui dari hasil analisis data variabel *celebrity endorse* yang hasilnya untuk kategorisasi tinggi berjumlah 49 orang dengan presentase sebesar 18%, pada kategorisasi sedang berjumlah 180 orang dengan presentase sebesar 65% dan pada kategorisasi rendah berjumlah 47 orang dengan presentase sebesar 17%. Tingkat *impulsive buying* pada generasi milenial di Banjarmasin berada pada kategori sedang, yang berarti bahwa generasi milenial di Banjarmasin memiliki rasa puas setelah melakukan pembelian produk makanan, akan tetapi terkadang sulit menahan diri untuk tidak melakukan pembelian. Hal tersebut diketahui dari hasil analisis data variabel *impulsive buying* yang hasilnya untuk kategorisasi tinggi berjumlah 47 orang dengan presentase sebesar 17%, pada kategorisasi sedang berjumlah 176 orang dengan presentase sebesar 64% dan pada kategorisasi rendah berjumlah 53 orang dengan presentase sebesar 19%.

Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian ini, peneliti menyarankan kepada para generasi milenial agar bisa mempertimbangkan segala sesuatu sebelum membeli produk apapun, baik berupa produk makanan, produk fashion, produk kosmetik dan sebagainya untuk menghindari terjadinya perilaku *impulsive buying*. Alangkah lebih baik jika membeli produk yang memang berdasarkan kebutuhan, bukan berdasarkan keinginan. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan bisa mengembangkan penelitian ini, karna masih banyak faktor lain yang dapat menyebabkan terjadinya *impulsive buying*. Selain itu perlu perluasan ruang lingkup subjek agar hasil yang didapatkan lebih optimal.

Daftar Pustaka

- Ardiansah, Irfan, dan Anastasya Maharani. *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM*. CV. Cendekia Press, 2021.
- Astari, Laksamitha Widya, dan IGNJA Widagda. *Pengaruh perbedaan jenis kelamin dan kontrol diri terhadap keputusan pembelian impulsif produk parfum*. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, vol. 3, no. 3, 2014.
- Verplanken, Bas dan Astrid G. Herabadi. *Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and No Thinking*. European Journal of Personality, vol. 15, 2001.
- Dewi, R. C., dkk. *Relasi Kuat antara Generasi Millennial dan Media*. Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Inteligencia Media (Intrans Publishing Group), 2020,
- Gunadhi, Novy. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Impulse Buying pada Carrefour di Surabaya*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, vol. 1, no. 4, 2012.
- Hardilawati, Wan Laura, dkk. *Endorsement: Media Pemasaran Masa Kini*. JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam), vol. 7, no. 1, 2019.
- Haryanto, Agus Tri. *Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia*. detikinet, <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>. Diakses 6 September 2020.
- Eastman, K Jacqueline dan Jun Liu. *The impact of generational cohorts on status consumption: An exploratory look at generational cohort and demographics on status consumption*. Journal of Consumer Marketing, vol. 29, 2012.
- Helianthusonfri, Jefferly. *Instagram Marketing untuk Pemula*. PT Elex Media Komputindo, 2020.
- Creswell, John W. *Research Design (Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran)*. Pustaka Pelajar, 2014.
- Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian al-Qur'an*. Lentera Hati, 2012.
- Nafeesa, Nafeesa, dan Eryanti Novita. *Hubungan Antara Harga Diri dengan Perilaku Impulsive Buying pada Remaja Penggemar K-POP*. Cakrawala-Jurnal Humaniora, vol. 21, no. 2, 2021.
- Nurlinda, RA, dan Aisyah Yuliyani. *Analisis Perbedaan Perilaku Impulse Buying Berdasarkan Gender pada Marketplace Tokopedia*. 2021.
- Rachel, Natasya, dkk. *Efektivitas penggunaan Marsha Aruan sebagai Celebrity Endorser Lip Ink SASC*. Jurnal e-Komunikasi, vol. 8, no. 2, 2020.

- Rasimin, BS, dan Nuryati Atamimi. *Hubungan self monitoring dengan impulsive buying terhadap produk fashion pada remaja*. Jurnal psikologi, vol. 35, no. 2, 2008.
- McCracken, Rietbergen, Jennifer, dan Deepa Narayan-Parker. *Participation and social assessment: tools and techniques*. World Bank Publications, 1998.
- Rook, Dennis W. *The buying impulse*. Journal of consumer research, vol. 14, no. 2, 1987.
- Sugianto, Raphael Vivaldo. *Pengaruh Self-Congruity, Curiosity, dan Shopping Well-Being terhadap Pola Konsumsi Fast Fashion pada Generasi Millennial di Surabaya*. Agora, vol. 6, no. 1, 2018.
- Tania, Adelia Septiani Restanti, dkk. *Media Sosial, Identitas, Transformasi, dan Tantangannya*. Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Inteligencia Media (Intrans Publishing Group), 2020.
- Tanpli, Yossi Eldian. *Pengaruh pada Iklan Celebrity Endorser BTS terhadap Impulsive Buying Behavior pada Remaja di Kota Padang*. Jurnal Pendidikan Tambusai, vol. 4, no. 3, 2020.
- Shimp, Terence A. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Erlangga, 2020.
- Wijaya, Ermy, dan Yeni Oktarina. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada Hodshop Bengkulu*. EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, vol. 7, no. 1, 2019.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS

1. Nama Lengkap : Sonia Nur Persada
2. Tempat Tanggal Lahir : Gambut, 10 Desember 1999
3. Agama : Islam
4. Kebangsaan : Indonesia
5. Status Perkawinan : Belum Menikah
6. Alamat : Gambut, Jl. Pemajatan Komp. Ilham
Yusuf No.13 Rt. 8A Rw.03
7. Pendidikan
 - b. SD/MI : SDN Gambut 1 (2005-2011)
 - c. SMP/MTs : MTs Darul Ilmi (2011-2014)
 - d. SMA/MA : MA Darul Ilmi (2014-2017)
8. Orang Tua
 - Ayah : H.Ahmad Alwi
 - Pekerjaan : Wirausaha
 - Alamat : Gambut, Jl. Pemajatan Komp. Ilham
Yusuf No.13 Rt. 8A Rw.03
 - Ibu : Hj.Yuserah
 - Pekerjaan : -
 - Alamat : Gambut, Jl. Pemajatan Komp. Ilham
Yusuf No.13 Rt. 8A Rw.03
9. Anak ke- : 2 dari 3 bersaudara
10. Pengalaman Organisasi : Hmj Psikologi Islam