

KUESIONER PENELITIAN

Dengan hormat,

Sehubungan dengan tugas penyelesaian Skripsi, maka saya:

Nama : Alfitri Zukhrufani

Status : Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Muhamadiyah Yogyakarta

Memohon kesediaan saudarai untuk berpartisipasi menjadi responden dengan mengisi kuesioner berikut ini.

Responden yang terhormat, saya mengucapkan terima kasih atas kesediaan Anda sebagai responden penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *Beauty Influencer*, *Gaya Hidup (Life Style)*, *Brand Image* dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal. Tidak ada kriteria yang benar dan salah dalam pengisian kuisisioner ini, untuk itu saya memohon agar saudara dapat memberikan jawaban pada setiap pernyataan.

Saya telah mendesain kuesioner ini agar dapat diisi dalam waktu 7 menit. Seluruh informasi yang terkumpul akan saya gunakan hanya untuk kepentingan akademis dan tidak akan diberikan ke pihak lain. Selanjutnya data yang terkumpul akan disajikan tanpa mencantumkan nama orang dan organisasi, sehingga data tersebut tersaji dalam bentuk keseluruhan dan bukan data individu yang saudarai berikan. *Jika ada pertanyaan terkait kuesioner ini, Anda dapat menanyakan langsung ke 082147603506 (Fani) atau mengirimkan email ke zk_fani@yahoo.com*

BAGIAN A

PETUNJUK: Berilah tanda *check list* (✓) pada kotak jawaban yang telah disediakan.

Apakah Anda Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang pernah menggunakan produk kosmetik halal?

- YA** (silahkan melanjutkan pengisian kuesioner)
- BUKAN** (berhenti samapi disini/mohon tidak melanjutkan)

Apakah Anda pernah membaca atau menonton video di media sosial (instagram, blog, Youtube dll) tentang kosmetik halal dari seorang *Beauty Influencer* (Tasya Farasya, Suhay Salim, atau Abel Cantika dll)?

- YA** (silahkan melanjutkan pengisian kuesioner)
- Tidak** (berhenti samapi disini/mohon tidak melanjutkan)

Keterangan: berilah tanda √ (checkbox) pada kotak yang sesuai dengan identitas anda!

Identitas Responden:

1. Nama: (boleh tidak diisi) 2. Jurusan: 3. Fakultas:
-

No. Hp

.....

4. Usia:
- 17-20 tahun
- 21-24 tahun
5. Uang Saku/bulan:
- < 1jt
- 1jt – 2jt
- 2jt – 3jt
- Lainnya

BAGIAN B**PETUNJUK PENGISIAN**

Mohon untuk memberi tanda \surd (*checklist*) pada salah satu kolom yang paling sesuai menurut Saudari rasakan pada setiap pernyataan berikut.

STS	TS	N	S	SS
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju

KET	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
<i>Trustworthiness (Kepercayaan)</i>						
BI1	<i>Beauty Influencer</i> dapat di percaya dalam memberikan <i>review</i> produk					
BI2	<i>Beauty Influencer</i> jujur dalam memberikan <i>review</i> produk					
BI3	<i>Beauty Influencer</i> memiliki kemampuan meyakinkan penontonnya untuk membeli barang					
<i>Expertise (Keahlian)</i>						
BI4	<i>Beauty Influencer</i> memiliki keahlian untuk menyampaikan <i>review</i> kepada penonton					
BI5	<i>Beauty Influencer</i> memiliki penggunaan bahasa yang baik dalam menyampaikan <i>review</i>					
BI6	<i>Beauty Influencer</i> memiliki pengalaman dalam menggunakan produk yang di <i>review</i>					
BI7	<i>Beauty Influencer</i> memiliki keterampilan yang berhubungan dengan produk yang di <i>review</i>					
<i>Attractiveness (Daya tarik)</i>						
BI8	<i>Beauty Influencer</i> memiliki penampilan yang menarik					
BI9	<i>Beauty Influencer</i> dapat membuat penonton tertarik melalui caranya berkomunikasi					
BI10	<i>Beauty Influencer</i> memiliki kesamaan personality (kepribadian) seperti yang saya inginkan					
BI11	<i>Beauty Influencer</i> memiliki popularitas yang baik di masyarakat.					

KET	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
Aktivitas						
GH1	Menggunakan produk kosmetik halal merupakan kegiatan yang Anda sukai.					

GH2	Anda menggunakan produk kosmetik halal dalam keseharian					
Minat						
GH3	Anda lebih memilih produk kosmetik halal untuk menjaga penampilan					
GH4	Anda tertarik untuk membeli produk-produk baru kosmetik halal					
GH5	Anda akan membelanjakan uang untuk membeli produk kosmetik halal yang Anda sukai					
Opini						
GH6	Anda menyukai produk kosmetik halal					
GH7	Menurut Anda, menggunakan produk kosmetik halal merupakan suatu kebutuhan.					
GH8	Menurut Anda jenis produk kosmetik halal akan menggambarkan pemiliknya.					
GH9	Anda menganggap produk kosmetik halal termasuk barang mewah.					

KET	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
Citra terhadap produk						
BRI1	Produk kosmetik halal memiliki ciri khas pada setiap produknya					
BRI2	Produk kosmetik halal memberikan pengalaman menarik saat Anda menggunakannya					
BRI3	Produk kosmetik halal memiliki banyak varian produk					
BRI4	Produk kosmetik halal selalu mengutamakan kualitas					
Citra terhadap perusahaan						
BRI5	Di Outlet produk kosmetik halal Anda dapat berkonsultasi mengenai produk yang sesuai dengan Anda.					
BRI6	SPG Produk kosmetik halal tampil cantik dan elegan membuat Anda tertarik untuk membeli					
Citra terhadap pelayanan						
BRI7	SPG Produk kosmetik halal memberikan pelayanan yang baik					
BRI8	Produk kosmetik halal menyediakan <i>sampel</i> produk untuk dicoba oleh pelanggan					

KET	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
Gambar						
LH1	Anda mengetahui maksud dari gambar label halal pada produk kosmetik					
LH2	Anda selalu memperhatikan ada tidaknya gambar label halal pada produk kosmetik sebelum melakukan pembelian					
Tulisan						
LH3	Tulisan “Halal” pada gambar terbaca dengan jelas					
LH4	Adanya tulisan “Halal” yang terdapat pada gambar membuat saya mengidentifikasi produk sebelum Anda melakukan pembelian produk kosmetik.					
Gambar dan Tulisan						
LH5	Anda mengetahui gabungan gambar dan tulisan pada produk kosmetik adalah “Label Halal” resmi dari MUI					
LH6	Adanya “Label Halal” menjadi pertimbangan Anda memilih produk kosmetik sebelum Anda melakukan pembelian					
Menempel pada kemasan						
LH7	Anda mengetahui dengan jelas letak “Label Halal” pada kemasan produk kosmetik					
LH8	Karena terdapat pada kemasan, “Label Halal” mempermudah Anda dalam memberi informasi dan keyakinan akan mutu produk					

KET	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
Pengenalan Masalah						
KP1	Produk kosmetik halal memiliki layanan <i>service center</i> -nya mudah di temui di setiap kota.					
KP2	Produk kosmetik halal selalu menarik perhatian Anda.					
Pencarian Informasi						
KP3	Anda mencari informasi tentang kelebihan serta kekurangan dari beberapa pilihan menggunakan produk kosmetik halal sebelum membelinya.					
KP4	Anda membeli produk kosmetik halal karena sesuai keinginan serta kebutuhan Anda.					
Evaluasi Alternatif						
KP5	Tidak ada pilihan kosmetik selain produk kosmetik halal yang menarik perhatian Anda.					

Keputusan Pembelian						
KP6	Anda membeli produk kosmetik halal atas keinginan sendiri.					
KP7	Anda yakin memilih produk kosmetik halal sebagai pilihan pertama ketika memutuskan untuk membeli kosmetik					
Perilaku Pasca Pembelian						
KP8	Jika Anda membeli kosmetik lagi, Anda akan menetapkan pilihan produk kosmetik halal					

*** ATAS KERJASAMANYA SAYA UCAPKAN TERIMA KASIH ***



Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menyatakan bahwa Skripsi atas:

Nama : Alfitri Zakhrufini
NIM : 20150730055
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : ANALISIS PENGARUH BEAUTY INFLUENCER, GAYA HIDUP (LIFE STYLE), BRAND IMAGE DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK HALAL (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)
Dosen Pembimbing : Muhammad Zakiy, S.E.I., M.Sc.

Telah dilakukan tes Turnitin filter 1%, dengan indeks similaritasnya sebesar 14%.
Semoga surat keterangan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui
Ks. Ek. Pengolahan

Laela Niswatin, S.I.Pust

Yogyakarta, 03-08-2019
yang melaksanakan pengecekan

Ikrum Al-Zein, S.Kom.I

BI6	Pearson Correlation	.208**	.391**	.150*	.273**	.389**	1	.408**	.152*	.068	.153*	.226**	.570**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.024	.000	.000		.000	.023	.308	.021	.001	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
BI7	Pearson Correlation	.194**	.189**	.268**	.349**	.321**	.408**	1	.167*	.131*	.244**	.176**	.568**
	Sig. (2-tailed)	.003	.004	.000	.000	.000	.000		.012	.048	.000	.008	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
BI8	Pearson Correlation	.206**	.090	.312**	.190**	.190**	.152*	.167*	1	.462**	.247**	.184**	.511**
	Sig. (2-tailed)	.002	.179	.000	.004	.004	.023	.012		.000	.000	.005	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
BI9	Pearson Correlation	.232**	.135*	.410**	.136*	.164*	.068	.131*	.462**	1	.258**	.257**	.519**
	Sig. (2-tailed)	.000	.043	.000	.041	.013	.308	.048	.000		.000	.000	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
BI10	Pearson Correlation	.224**	.250**	.224**	.197**	.318**	.153*	.244**	.247**	.258**	1	.374**	.590**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001	.003	.000	.021	.000	.000	.000		.000	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
BI11	Pearson Correlation	.161*	.230**	.265**	.106	.253**	.226**	.176**	.184**	.257**	.374**	1	.524**
	Sig. (2-tailed)	.015	.000	.000	.112	.000	.001	.008	.005	.000	.000		.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
Beauty Influencer	Pearson Correlation	.547**	.568**	.599**	.529**	.592**	.570**	.568**	.511**	.519**	.590**	.524**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		GH1	GH2	GH3	GH4	GH5	GH6	GH7	GH8	GH9	Gaya Hidup
GH1	Pearson Correlation	1	.548**	.497**	.198**	.234**	.407**	.299**	.246**	.177**	.616**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.008	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
GH2	Pearson Correlation	.548**	1	.524**	.103	.326**	.384**	.386**	.294**	.084	.627**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.124	.000	.000	.000	.000	.208	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
GH3	Pearson Correlation	.497**	.524**	1	.258**	.296**	.323**	.327**	.253**	.111	.628**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.095	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
GH4	Pearson Correlation	.198**	.103	.258**	1	.345**	.317**	.232**	.143*	.100	.476**
	Sig. (2-tailed)	.003	.124	.000		.000	.000	.000	.032	.133	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
GH5	Pearson Correlation	.234**	.326**	.296**	.345**	1	.246**	.504**	.355**	.272**	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
GH6	Pearson Correlation	.407**	.384**	.323**	.317**	.246**	1	.356**	.248**	.053	.566**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.430	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
GH7	Pearson Correlation	.299**	.386**	.327**	.232**	.504**	.356**	1	.485**	.282**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000

	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
GH8	Pearson Correlation	.246**	.294**	.253**	.143*	.355**	.248**	.485**	1	.519**	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.032	.000	.000	.000		.000	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
GH9	Pearson Correlation	.177**	.084	.111	.100	.272**	.053	.282**	.519**	1	.529**
	Sig. (2-tailed)	.008	.208	.095	.133	.000	.430	.000	.000		.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
Gaya Hidup	Pearson Correlation	.616**	.627**	.628**	.476**	.660**	.566**	.707**	.688**	.529**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		LH1	LH2	LH3	LH4	LH5	LH6	LH7	LH8	Labelisasi Halal
LH1	Pearson Correlation	1	.415**	.228**	.263**	.228**	.096	.238**	.263**	.587**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.001	.149	.000	.000	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226
LH2	Pearson Correlation	.415**	1	.241**	.223**	.070	.217**	.298**	.136*	.561**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.294	.001	.000	.041	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226
LH3	Pearson Correlation	.228**	.241**	1	.279**	.335**	.273**	.262**	.140*	.579**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000	.000	.036	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226
LH4	Pearson Correlation	.263**	.223**	.279**	1	.308**	.275**	.284**	.197**	.609**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.000	.000	.003	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226
LH5	Pearson Correlation	.228**	.070	.335**	.308**	1	.174**	.348**	.220**	.560**
	Sig. (2-tailed)	.001	.294	.000	.000		.009	.000	.001	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226
LH6	Pearson Correlation	.096	.217**	.273**	.275**	.174**	1	.324**	.313**	.579**
	Sig. (2-tailed)	.149	.001	.000	.000	.009		.000	.000	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226
LH7	Pearson Correlation	.238**	.298**	.262**	.284**	.348**	.324**	1	.403**	.662**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000

	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226
LH8	Pearson Correlation	.263**	.136*	.140*	.197**	.220**	.313**	.403**	1	.563**
	Sig. (2-tailed)	.000	.041	.036	.003	.001	.000	.000		.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226
Labelisasi Halal	Pearson Correlation	.587**	.561**	.579**	.609**	.560**	.579**	.662**	.563**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

BRI8	Pearson Correlation	.334**	.409**	.272**	.439**	.286**	.435**	.492**	1	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226
Brand larnge	Pearson Correlation	.609**	.691**	.591**	.634**	.583**	.677**	.704**	.709**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

	Sig. (2-tailed)	.000	.011	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226
KP8	Pearson Correlation	.230**	.248**	.193**	.345**	.388**	.291**	.511**	1	.659**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000		.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.510**	.587**	.532**	.619**	.615**	.616**	.700**	.659**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. UJI RELIABILITAS

1) *Beauty Influencer*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.776	11

2) *Gaya Hidup (Life Style)*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.784	9

3) *Brand Image*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.745	8

4) *Labelisasi Halal*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.803	8

5) *Keputusan Pembelian*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	8

B. UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		226
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.05005658
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.044
	Negative	-.047
Kolmogorov-Smirnov Z		.707
Asymp. Sig. (2-tailed)		.700
a. Test distribution is Normal.		

2. UJI LINEARITAS

1) *Beauty Influencer*

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Beauty Influencer	Between Groups	(Combined)	477.690	19	25.142	2.531	.001
		Linearity	210.764	1	210.764	21.217	.000
		Deviation from Linearity	266.926	18	14.829	1.493	.101
	Within Groups		1390.753	140	9.934		
	Total		1868.444	159			

2) *Gaya Hidup (Life Style)*

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Gaya Hidup	Between Groups	(Combined)	594.711	22	27.032	2.908	.000
		Linearity	319.179	1	319.179	34.330	.000
		Deviation from Linearity	275.531	21	13.121	1.411	.123
	Within Groups		1273.733	137	9.297		
	Total		1868.444	159			

3) *Brand Image*

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Brand Image	Between Groups	(Combined)	425.244	17	25.014	2.461	.002
		Linearity	221.554	1	221.554	21.799	.000
		Deviation from Linearity	203.690	16	12.731	1.253	.236
	Within Groups		1443.200	142	10.163		
Total			1868.444	159			

4) Labelisasi Halal

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Labelisasi Halal	Between Groups	(Combined)	772.903	16	48.306	6.305	.000
		Linearity	617.670	1	617.670	80.624	.000
		Deviation from Linearity	155.233	15	10.349	1.351	.180
	Within Groups		1095.541	143	7.661		
Total			1868.444	159			

3. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.989	3.157		2.530	.012		
	Beauty Influencer	.106	.052	.124	2.039	.043	.938	1.066
	Gaya Hidup	.131	.050	.163	2.622	.009	.890	1.124
	Brand Image	.150	.055	.162	2.710	.007	.958	1.043
	Labelisasi Halal	.316	.068	.299	4.673	.000	.842	1.187

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

4. UJI HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.017	1.931		.527	.599
	Beauty Influencer	.001	.032	.002	.026	.979
	Gaya Hidup	-.001	.030	-.003	-.037	.970
	Brand Image	.059	.034	.118	1.724	.086
	Labelisasi Halal	-.016	.041	-.029	-.396	.692

a. Dependent Variable: RES2

C. UJI ANALISIS DATA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.989	3.157		2.530	.012
	Beauty Influencer	.106	.052	.124	2.039	.043
	Gaya Hidup	.131	.050	.163	2.622	.009
	Brand Image	.150	.055	.162	2.710	.007
	Labelisasi Halal	.316	.068	.299	4.673	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

1) Uji Koefisien Detrminasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.489 ^a	.239	.225	3.078

a. Predictors: (Constant), Labelisasi Halal, Brand Image, Beauty Influencer, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

2) Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	658.280	4	164.570	17.376	.000 ^a
	Residual	2093.140	221	9.471		
	Total	2751.420	225			

a. Predictors: (Constant), Labelisasi Halal, Brand Image, Beauty Influencer, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

3) Uji t (Hipotesis)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.989	3.157		2.530	.012
	Beauty Influencer	.106	.052	.124	2.039	.043
	Gaya Hidup	.131	.050	.163	2.622	.009
	Brand Image	.150	.055	.162	2.710	.007
	Labelisasi Halal	.316	.068	.299	4.673	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Jurusan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PAI	11	4.9	4.9	4.9
	Ekonomi Syariah	19	8.4	8.4	13.3
	KKI	13	5.8	5.8	19.0
	Farmasi	17	7.5	7.5	26.5
	kedokteran gigi	10	4.4	4.4	31.0
	KU	11	4.9	4.9	35.8
	HI	12	5.3	5.3	41.2
	IK	13	5.8	5.8	46.9
	BAHASA INGGRIS	10	4.4	4.4	51.3
	BAHASA ARAB	10	4.4	4.4	55.8
	AGRO	10	4.4	4.4	60.2
	AGRI	10	4.4	4.4	64.6
	HUKUM	11	4.9	4.9	69.5
	IE	16	7.1	7.1	76.5
	AKUNTANSI	14	6.2	6.2	82.7
	MANAJEMEN	12	5.3	5.3	88.1
	IP	9	4.0	4.0	92.0
	PSIK	9	4.0	4.0	96.0
	BAHASA JEPANG	9	4.0	4.0	100.0
	Total	226	100.0	100.0	

Fakultas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	FAI	43	19.0	19.0	19.0
	FEB	42	18.6	18.6	37.6
	FKIK	47	20.8	20.8	58.4
	FP	20	8.8	8.8	67.3
	FISIPOL	34	15.0	15.0	82.3
	FPB	29	12.8	12.8	95.1
	FH	11	4.9	4.9	100.0
	Total	226	100.0	100.0	

umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-20	60	26.5	26.5	26.5
	21-24	166	73.5	73.5	100.0
	Total	226	100.0	100.0	

Uang_perbulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp. 1.000.000,-/bulan	51	22.6	22.6	22.6
Rp. 1.000.000,- s/d Rp. 2.000.000,- /bulan	144	63.7	63.7	86.3
2.000.000,- s/d Rp. 3.000.000,- /bulan	31	13.7	13.7	100.0
Total	226	100.0	100.0	