

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa

:

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara pengaruh iklan dengan daya beli sabun pembersih wajah pada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Mataram dengan nilai signifikansi yaitu $0,019 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima bahwa terdapat pengaruh antara iklan sabun pembersih wajah terhadap daya beli sabun pembersih wajah mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Mataram. .

5.2 Saran

Diharapkan adanya penelitian secara langsung agar penyebaran kuesioner dapat terdistribusi merata.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliana, N. S. (2019). Pengaruh Intensitas Melihat Iklan di Instagram terhadap Pengetahuan dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri . *Jurnal komunikasi, Volume 13, Nomor 2, April 2019, Hal 179-190* , 179-190.
- Anggraini, N. P. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelangan (Studi pada Konsumen Kosmetik Sariayu di Kota Semarang) . *jurnal ilmu administrasi bisnis* , 359-369.
- Erdalina, W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Citra Hand And Body Lotion Di Pariaman. *MENARA ILMU VOL XII NO 9 OKTOBER 2018* , 155-164.
- Fitriani, h. s. (2021). *tingkat pengetahuan dan perilaku mahasisiwi mengenai legalitas dan keamanan kosmetik*. *Junral Kesehatan* 58-68.
- Kusumastuti, F. A. (2014). Wash, Studi Perilaku Pembelian Konsumen pada Produk Face. *UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA* , 1-16.
- Nurmalasari, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Wardah di Kota Surakarta . *Jurnal Sinar Manajemen* , 42-49.
- Nofriyanto, R. (2018). Pengaruh Iklan Televisi Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Pembersih Wajah Biore pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang . *jurnal ecogen (4)* , 905-914.
- putri, a. (2018). perkembangan penggunaan produk kosmetik diindonesia . *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Univesitas Surabaya Vol 7 no.1 (2018)* , 2620-2630.
- Rachmawati, H. (2011). Pengaruh Iklan Obat Flu Di Televisi Terhadap Pemilihan Obat Secara Swamdikasi Pada Masyarakat Di Malang. *Farmasains: Jurnal Farmasi dan Ilmu Kesehatan 1 (2), 2011* , 1-12.
- Renata, G. A. (2017). Survie Daya Terima Konsumen Terhadap Produk Sabun Wajah . *e- Journal. Volume 06 Nomer 01 Tahun 2017, Edisi Yudisium Periode Februari* , 32 - 40.
- Tranggono, d. R. (2007). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. jakarta: PT Gramedia Jakarta.
- Vardianyah, D. (2004). *pengantar ilmu komunikasi*. bogor selatan: Ghalia Indonesia.
- Wati, N. d. (2020). pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk garnier pembersih wajah. *universitas islam negeri sultan syarif kasim* , 1-77.
- Wahyudiyono. (2019). *Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika. Implikasi Penggunaan Internet Terhadap Partisipasi Sosial di Jawa Timur* , 63-68.

- Wijaya, N. (2014). Analisa Efektivitas Iklan Kosmetik Wardah Dengan Menggunakan Consumer Decision Model (CDM) . *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol 2, No 1 (2014)* , 1-13.
- WulanSari, D. (2015). Pengaruh Persepsi Iklan Di Televisi Produk Kosmetik Wardah Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) 3 (3), 2015* , 1-9.
- Yuniarsih, N. (2020). Formulasi Dan Evaluasi Sifat Fisik Facial Wash Gel Ekstrak Kulit Buah Naga Merah (*Hylocereus polyrhizus*) Dengan Gelling Agent Carbopol. *PHARMA XPLORE, Vol. 5, No. 2, November 2020* , 57-67.
- Yuria, d. E. (2015). *Dasar Dasar Kosmetika Untuk Tata Rias* . Jakarta: Lembaga Pengembangan Pendidikan Universitas Negeri Jakarta.
- Yapsir, I. L. (2012). Psikologika Volume 17. *Persepsi Terhadap Celebrity Endorser Pada Iklan Kosmetik Dan Minat Beli Pada Mahasiswi*, 53-59.



LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Penjelasan Penelitian

Nama Peneliti : IDA AYU MELIANA RESI SUKMIANINGSIH

NIM : 518020064

Alamat : jln. Guru Bangkol Gg. Gianyar No 12, Pagesangan

Jenis Penelitian : Pengaruh Iklan Terhadap Perilaku Daya Beli Sabun Pembersih Wajah Pada Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Mataram

Peneliti adalah Mahasiswa D3 Farmasi Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Mataram. Saudara di mohon untuk ikut berpartisipasi dalam penelitian ini. Responden dalam penelitian ini diminta secara sukarela. Saudara berhak untuk menolak berpartisipasi dalam penelitian ini. Penelitian ini dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada Responden yang termasuk Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Mataram. Segala informasi yang saudara berikan hanya dipergunakan sepenuhnya dalam penelitian ini. Peneliti sepenuhnya akan menjaga kerahasiaan identitas Responden dan tidak akan di publikasikan dalam bentuk apapun. Jika menurut saudara masih ada yang kurang jelas, saudara diperbolehkan untuk bertanya pada peneliti. Jika saudara telah memahami penjelasan ini dan bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini silahkan saudara menandatangani lembar persetujuan yang akan di lampirkan.

Peneliti

IDA AYU MELIANA RESI SUKMIANINGSIH

Lampiran 2. Lembar Persetujuan Responden (Informent Consent)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama :

Prodi :

Fakultas :

Jenis Kelamin :

Tempat Melihat Iklan : Televisi/ (Media Sosial : Youtube/Instagram)

Menyatakan bersedia menjadi Responden pada penelitian yang dilakukan oleh :

Nama Peneliti : IDA AYU MELIANA RESI SUKMIANINGSIH

NIM : 518020064

Alamat : jln. Guru Bangkol Gg. Gianyar No 12, Pagesangan

Jenis Penelitian : Pengaruh Iklan Terhadap Perilaku Daya Beli Sabun Pembersih Wajah Pada Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Mataram

Saya akan bersedia untuk mengisi kuesioner yang telah di berikan oleh peneliti demi kepentingan penelitian. Dengan ketentuan identitas Responden akan dirahasiakan dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian serta semata mata untuk kepentingan ilmu pengetahuan.

Demikian, surat pernyataan ini saya sampaikan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mataram,....., 2021

Responden

Lampiran 3. Kuesioner penelitian

Pengaruh Iklan Sabun Pembersih Wajah

(Rahmawati, 2011)

Pentunjuk pengisian kuisisioner :

1. Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda (X) pada kolom yang tersedia
2. Jawablah sesuai dengan yang anda ketahui

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Apakah ada Informasi yang diberikan mengenai isi/kandungan sabun pembersih wajah pada iklan yang disampaikan ?		
2.	Apakah ada informasi yang diberikan iklan mengenai efek yang di timbulkan setelah menggunakan produk sabun pembersih wajah ?		
3.	Apakah pada iklan produk sabun pembersih wajah menyebutkan merek atau nama produk sabun pembersih wajah yang diiklankan (seperti : garnier)		
4.	Apakah tayangan iklan pada produk sabun pembersih wajah sudah sesuai dengan kegunaannya ? (terdapat adengan kulit kusam dll)		
5.	Apakah semua informasi produk sabun pembersih wajah di dapatkan dari iklan tersebut ?		
6.	Apakah pada tayangan penggunaan produk sabun pembersih wajah terdapat adengan yang berlebihan ?		
7.	Apakah iklan pada produk sabun pembersih wajah lebih menarik jika diiklankan oleh artis terkenal ?		
8.	Apakah iklan pada produk sabun pembersih wajah lebih		

	menarik menggunakan background musik ?		
9.	Apakah iklan pada produk sabun pembersih wajah lebih menarik menggunakan animasi ?		
10.	Apakah Iklan pada produk sabun pembersih wajah yang dilihat mudah untuk dipahami ?		



Perilaku Daya Beli Sabun Pembersih Wajah

(Rahmawati, 2011)

Pentunjuk pengisian kuisioner :

1. Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda (X) pada kolom yang tersedia
2. Jawablah sesuai dengan yang anda ketahui

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Apakah anda tertarik membeli produk sabun pembersih wajah jika iklan tersebut dibintangi oleh artis terkenal ?		
2.	Apakah anda percaya dengan manfaat suatu produk sabun pebersih wajah yang diiklankan ?		
3.	Apakah anda percaya pada salah satu produk sabun pembersih wajah, jika produk tersebut sudah dilakukan riview oleh artis ataupun dokter keccantikan ?		
4.	Apakah anda tertarik memilih produk sabun pembersih wajah jika pada iklan tersebut menggunakan bahasa yang jelas dan tegas ?		
5.	Apakah anda tertarik membeli produk sabun pembersih wajah, jika pada iklan tersebut menampilkan efek yang ditimbulkan setelah menggunakan produk tersebut ? (seperti : seketika mencerahkan setelah digunakan)		
6.	Apakah anda tertarik membeli produk sabun pembesih wajah jika anda belum pernah menggunakannya ?		
7.	Apakah anda tertarik membeli produk sabun pembersih wajah karena harga yang terjangkau ?		

Lampiran 4. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.22281906
	Absolute	.109
Most Extreme Differences	Positive	.081
	Negative	-.109
Kolmogorov-Smirnov Z		1.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.184

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 5. Uji Analisis Korelasi

Correlations

		PENGARUH IKLAN	DAYA BELI
PENGARUH IKLAN	Pearson Correlation	1	.234*
	Sig. (2-tailed)		.019
	N	100	100
DAYA BELI	Pearson Correlation	.234*	1
	Sig. (2-tailed)	.019	
	N	100	100

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

Lampiran 6. Tabulasi Data Pengaruh Iklan Sabun Pembersih Wajah

NO	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Skor total	Rata rata
1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	6	0.6
2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	0.9
3	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	8	0.8
4	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	9	0.9
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
6	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	7	0.7
7	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1	6	0.6
8	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	8	0.8
9	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	4	0.4
10	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	7	0.7
11	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	7	0.7
12	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	9	0.9
13	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	8	0.8
14	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	6	0.6
15	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	6	0.6
16	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	7	0.7
17	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	7	0.7
18	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	5	0.5
19	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	9	0.9
20	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	6	0.6
21	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	7	0.7
22	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	6	0.6
23	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	6	0.6
24	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	8	0.8
25	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	4	0.4
26	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	8	0.8
27	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	6	0.6
28	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	8	0.8
29	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	6	0.6
30	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	6	0.6
31	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	8	0.8
32	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	5	0.5
33	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	8	0.8
34	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	9	0.9
35	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	7	0.7

36	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	7	0.7
37	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
38	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	8	0.8
39	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	7	0.7
40	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
41	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	7	0.7
42	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	8	0.8
43	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	7	0.7
44	1	0	1	1	0	0	0	1	0	1	5	0.5
45	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	7	0.7
46	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	7	0.7
47	1	0	1	0	0	0	1	1	0	1	5	0.5
48	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	8	0.8
49	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	6	0.6
50	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	7	0.7
51	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	9	0.9
52	1	0	1	1	0	0	0	1	0	1	5	0.5
53	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	8	0.8
54	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	9	0.9
55	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	7	0.7
56	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	8	0.8
57	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	5	0.5
58	1	0	1	1	0	0	0	1	0	1	5	0.5
59	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	6	0.6
60	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	6	0.6
61	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	8	0.8
62	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	9	0.9
63	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	7	0.7
64	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	6	0.6
65	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	6	0.6
66	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	8	0.8
67	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	6	0.6
68	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	4	0.4
69	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	7	0.7
70	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1
71	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	9	0.9
72	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	9	0.9
73	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	7	0.7

36	0	0	1	1	1	0	0	3	0.4
37	0	1	1	1	0	1	1	5	0.7
38	1	1	1	1	1	0	1	6	0.9
39	1	1	1	1	1	0	1	6	0.9
40	1	1	1	1	1	1	1	7	1
41	1	1	1	1	1	0	1	6	0.9
42	1	1	1	1	1	0	0	5	0.7
43	0	0	0	0	0	0	0	0	0
44	0	1	1	1	1	1	1	6	0.9
45	0	1	1	1	1	1	1	6	0.9
46	1	1	1	1	1	1	1	7	1
47	1	1	1	1	1	1	1	7	1
48	1	1	1	1	1	1	1	7	1
49	0	1	1	1	1	0	1	5	0.7
50	1	1	1	1	1	1	1	7	1
51	1	1	1	1	1	1	1	7	1
52	1	0	1	1	0	1	1	5	0.7
53	1	0	1	1	0	0	1	4	0.6
54	1	0	1	1	0	1	1	5	0.7
55	0	0	0	1	1	0	1	3	0.4
56	1	0	1	1	1	0	1	5	0.7
57	1	0	1	1	1	0	0	4	0.6
58	0	0	1	1	0	0	0	2	0.3
59	1	1	1	1	1	1	1	7	1
60	1	1	1	1	1	1	1	7	1
61	1	1	1	1	1	0	1	6	0.9
62	1	1	1	1	1	1	0	6	0.9
63	1	1	1	1	1	0	1	6	0.9
64	0	0	1	1	0	1	1	4	0.6
65	0	1	1	1	1	0	1	5	0.7
66	1	1	1	1	1	0	1	6	0.9
67	1	1	0	1	1	1	1	6	0.9
68	1	0	1	1	0	0	0	3	0.4
69	1	1	1	1	1	0	1	6	0.9
70	0	0	0	1	1	0	1	3	0.4
71	0	0	0	1	0	1	1	3	0.4
72	0	1	1	1	0	0	0	3	0.4
73	0	1	1	1	0	0	0	3	0.4

Lampiran 8. Hasil Distribusi Frekuensi Prodi Mahasiswa

		Prodi			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	D3 farmasi	32	32.0	32.0	32.0
	D3 Kebidanan	2	2.0	2.0	34.0
	Teknik sipil	3	3.0	3.0	37.0
	S1 farmasi	27	27.0	27.0	64.0
	Teknik pertanian	12	12.0	12.0	76.0
	ilmu administrasi publik	3	3.0	3.0	79.0
	ilmu perpustakaan	1	1.0	1.0	80.0
	ilmu hukum	5	5.0	5.0	85.0
	PGSD	4	4.0	4.0	89.0
	pendidikan pancasila	2	2.0	2.0	91.0
	administrasi bisnis	7	7.0	7.0	98.0
	PGMI	1	1.0	1.0	99.0
	Fisika	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 9. Hasil Ditribusi Fakultas Mahasiswa

		Fakultas			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	FKIP	8	4.7	8.0	8.0
	FISIPOL	11	6.5	11.0	19.0
	FAPERTA	12	7.1	12.0	31.0
	FATEK	3	1.8	3.0	34.0
	FIK	60	35.5	60.0	94.0
	FIH	5	3.0	5.0	99.0
	FAI	1	.6	1.0	100.0
	Total	100	59.2	100.0	
Missing	System	69	40.8		
Total		169	100.0		

Lampiran 10. Hasil Distribusi Jenis Kelamin Mahasiswa

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki laki	22	13.0	22.0	22.0
	perempuan	78	46.2	78.0	100.0
	Total	100	59.2	100.0	
Missing	System	69	40.8		
Total		169	100.0		

Lampiran 11. Hasil Distribusi Tempat Melihat Iklan Mahasiswa

		Tempat Melihat iklan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Televisi	27	16.0	27.0	27.0
	Youtube/Instagram	73	43.2	73.0	100.0
	Total	100	59.2	100.0	
Missing	System	69	40.8		
Total		169	100.0		

Lampiran 12. Hasil Distribusi Produk Sabun Pembersih wajah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Acnes	8	4.7	8.0	8.0
	garnier	16	9.5	16.0	24.0
	emina	8	4.7	8.0	32.0
	ms glow	3	1.8	3.0	35.0
	ponds	12	7.1	12.0	47.0
	fair & lovely	3	1.8	3.0	50.0
	glowskin	1	.6	1.0	51.0
	Safi	1	.6	1.0	52.0
	wardah	17	10.1	17.0	69.0
	scarlet	2	1.2	2.0	71.0
	azasine	1	.6	1.0	72.0
	clean & clear	2	1.2	2.0	74.0
	biore	4	2.4	4.0	78.0
	sari ayu	1	.6	1.0	79.0
	nivea	2	1.2	2.0	81.0
	produk klinik/dokter	4	2.4	4.0	85.0
	merek lain	15	8.9	15.0	100.0
	Total	100	59.2	100.0	
Missing	System	69	40.8		
Total		169	100.0		

Lampiran 13. Demografi Prodi Responden

Prodi	Jumlah
D3 farmasi	32
D3 Kebidanan	2
Teknik sipil	3
S1 farmasi	27
Teknik pertanian	12
ilmu administrasi publik	3
ilmu perpustakaan	1
ilmu hukum	5
PGSD	4
pendidikan pancasila	2
administrasi bisnis	7
PGMI	1
Fisika	1
Total	100

Lampiran 14. Demografi Fakultas Responden

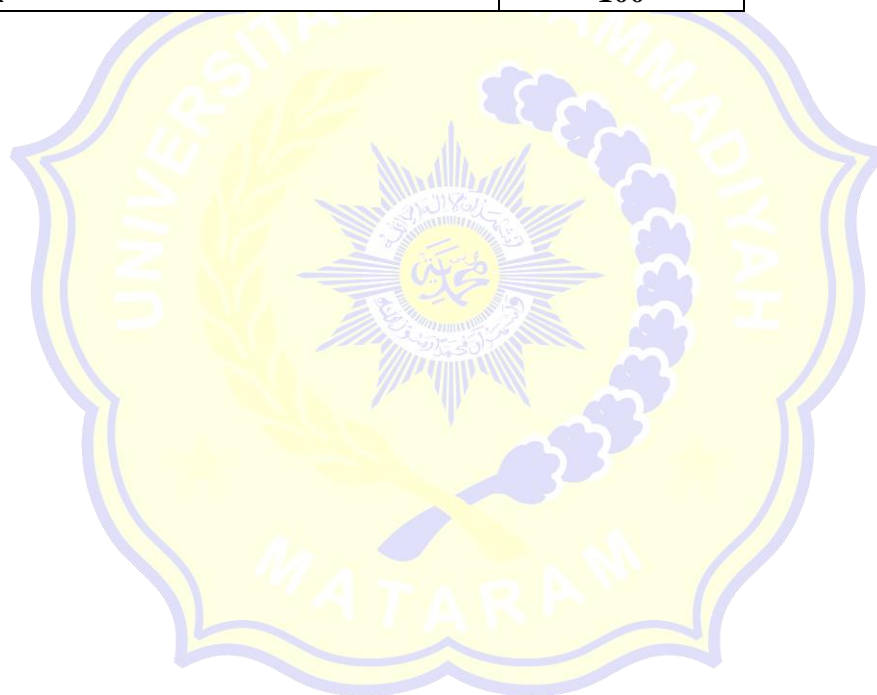
Fakultas	Jumlah
FKIP	8
FISIPOL	11
FAPERTA	12
FATEK	3
FIK	60
FIH	5
FAI	1
Total	100

Lampiran 15. Demografi Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah
laki laki	22
perempuan	78
Total	100

Lampiran 16. Demografi Tempat Melihat Iklan Responden

Tempat Melihat Iklan	Jumlah
Televisi	27
Youtube/Instagram	73
Total	100



39	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1
40	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1
41	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
42	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1
43	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
44	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1
45	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1
46	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
47	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1
48	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1
49	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1
50	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1
Jumlah	38	24	44	40	32	30	33	40	33	44



Lampiran 18.Data Validasi Daya Beli Sabun Pembersih Wajah

NO	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
1	0	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	0	1
3	1	0	0	1	0	1	0
4	0	1	0	0	1	0	0
5	0	1	0	0	0	0	0
6	0	0	0	0	0	0	0
7	1	0	1	1	1	1	1
8	0	1	1	1	1	1	0
9	0	1	1	1	1	1	0
10	1	1	1	0	1	1	0
11	0	1	1	1	0	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1
13	0	1	1	1	1	1	1
14	1	1	0	1	1	1	1
15	1	1	0	1	1	0	1
16	1	1	1	1	1	1	0
17	0	1	1	1	0	0	1
18	0	0	0	0	0	1	1
19	1	0	1	1	1	0	1
20	1	0	1	1	1	0	1
21	0	1	1	1	1	1	1
22	0	1	1	1	0	0	0
23	0	1	1	1	0	0	0
24	0	1	1	1	0	1	1
25	0	0	1	1	1	0	1
26	1	1	1	1	1	1	1
27	1	1	1	1	0	1	1
28	1	1	1	1	0	1	0
29	0	1	1	1	1	1	1
30	1	1	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	1	1	1
32	1	1	1	1	1	0	1
33	1	1	1	1	0	1	0
34	1	1	1	1	1	1	0
35	0	1	1	1	1	0	1
36	1	1	1	1	1	1	1
37	1	1	1	1	1	1	1
38	0	0	1	1	0	1	1

39	0	0	1	1	0	0	1
40	1	1	1	1	1	0	1
41	1	1	1	1	1	1	1
42	1	0	1	1	1	0	0
43	1	1	1	1	1	1	1
44	1	1	1	1	1	0	1
45	0	1	1	1	0	0	0
46	1	1	1	1	1	1	1
47	0	0	0	1	1	1	0
48	1	0	1	1	0	1	1
49	1	1	1	1	1	0	1
50	1	1	1	1	0	1	1
jumlah	29	38	42	45	33	31	34



Lampiran 19. Surat Izin Penelitian



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
 STATUS INSTITUSI TERAKREDITASI B
FAKULTAS ILMU KESEHATAN
Alamat: Jl. K. H. Ahmad Dahlan No. 1 Telp. (061) 9534100 Fax. (061) 9534123 Gedung 1001 Yogyakarta Mataram
 Web: <http://www.kesehatanmuhammadiyah.ac.id> email: diploma@ummat.ac.id

Nomor : 47/ILJ.AU/06/VI/2021
 Lamp : -
 Hal : Izin Penelitian

Kepada Yth :

1. Dekan Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Politik
3. Fakultas Pertanian
4. Dekan Fakultas Teknik
5. Dekan Fakultas Hukum
6. Dekan Fakultas Agama Islam

di _____
 Tempat

Bismillahirrohmanirrohim
Assalamu 'alaikum War...Wab...

Dengan hormat, sehubungan dengan Mahasiswa kami yang akan menyelesaikan penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI), dengan ini kami permaklumkan kepada Bapak/Ibu kiranya berkenan memberikan Izin Penelitian kepada Mahasiswa kami yang namanya tersebut dibawah ini untuk menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah (KTI) dimaksud :

Nama	: Ida Ayu Meliana Resi Sukmianingsih
Fakultas	: Fakultas Ilmu Kesehatan
Program Studi	: D3 Farmasi
NIM	: 51802064
Judul Penelitian	: Pengaruh Iklan terhadap Perilaku Beli Daya Beli Sabun Pembersih Wajah pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Mataram
Contact Person	: 087850714966
Pembimbing 1	: apt. Anna Pradiningsih, M.Sc
Pembimbing 2	: apt. Baiq Leny Nopitasari, M.Farm

Demikian atas perhatian dan kerjasama yang baik kami sampaikan terima kasih.

Wabillahirrafiq walhidayah
Wassalamu 'alaikum War... Wab...

Mataram, 11 Juni 2021
 Dekan

apt. Nurul Qiyam, M.Farm., Klin
 NIDN. 0827108403

