

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta : Kencana.
- A, Shimp, Terence. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid I (edisi5).Jakarta : Erlangga.
- Doucett, Elisabeth. 2008. *Creating Your Library Brand, Communicating Your Relevance and Value to Your Patrons*. Chicago: American Library Association.
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Hovland, Carl Iver, Irving Lester Janis, dan Harold H. Kelly. 2007. *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change*. New Haven: Yale University Press.
- John P. Jones. 1990. *Advertising: strong force or weak force? A dilemma for higher education*.
- Koekemoer, Ludi. 2005. *Marketing Communication*. Landsowne: Juta and Co. Ltd.
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2013. *Fashion Marketing Communication E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Monle, Lee. and Johnson Carla. 2004. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Prenada. Jakarta
- Royan, Frans M. 2004. *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman, Leon & Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Ujang Sumarwan. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Widyatama, Rendra. 2009. *Buku Pengantar Periklanan, cet 6*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.

## **Jurnal**

- Devita Sari (2018). *Pengaruh terpaan iklan Shopee terhadap minat membeli masyarakat*.
- Hani, Et al. 2018. *The Effect of Celebrity Endorsement on Consumer Behavior: Case of The Lebanese*.
- Nguyen, Khai T. N & Hien T.T Huynh. 2018. *The Relationships Among SelfCongruity, Celebrity Endorser's Credibility and Purchase Intention In E-Commerce Industry*. Jurnal. Ho Chi Minh City: Vietnam National University.
- Wijaya, Peter. 2015. *Jurnal Siasat Bisnis Vol.19: Pengaruh pesan iklan, Keterlibatan iklan, Kredibilitas dan Kecocokan Endorser Pada Minat Beli Sikap Konsumen*. Jurnal. Surabaya: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya Jakarta.
- Zafar Qurat Ul-Ain and Mahira Rafique, 2011. *Impact of Celebrity Advertisement on Customers Brand Perception and Purchase Intention*. *Asian Journal of Business and Management Sciences*.

## **Skripsi**

- Harucky, Tania Dira. 2018. *Hubungan Terpaan Iklan dan Persepsi pada Karakteristik Celebrity Endorser dengan Minat Beli Kartu Perdana XL*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Tanca, Jhenika Tiara. 2018. *Pengaruh Terpaan Iklan Shopee di Televisi dan Interaksi Reference Group Terhadap Minat Bertransaksi secara Online*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro

## **Internet**

- Pingit Aria. 2019. "Setelah Blackpink, Ronaldo jadi Brand Ambassador Shopee", <https://katadata.co.id/berita/2019/08/14/setelah-blackpink-ronaldo-jadi-brand-ambassador-shopee>, diakses pada 18 Januari 2020
- <https://apjii.or.id/content/read/39/521/Laporan-Survei-Internet-APJII-2019-2020-Q2>

Rika, Hesti. 2021. “88,1 Persen Pengguna Internet Belanja dengan E-Commerce”, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211111123945-78-719672/881-persen-pengguna-internet-belanja-dengan-e-commerce> diakses pada 15 Maret 2022

Taufik, Fajar. 2019. “Studi Nielsen: Pemirsa Indonesia Habiskan 5 Jam nonton TV, 3 jam Berselancar di Internet”, <https://economy.okezone.com/read/2019/03/05/320/2025987/studi-nielsen-pemirsa-indonesia-habiskan-5-jam-nonton-tv-3-jam-berselancar-di-internet> diakses pada 12 Februari 2020.

<https://apjii.or.id/content/read/39/521/Laporan-Survei-Internet-APJII-2019-2020-Q2>

diakses pada 8 Agustus 2020.

Tashandra, Nabilla. 2018. “80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda dan Wanita”, <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita?page=all> diakses pada 23 November 2019.

Uktolseja, Endah. 2019. “Sambut Harbolnas, Ini Peringkat E-Commerce Favorit Masyarakat Indonesia”, <https://www.teknogav.com/2019/09/sambut-harbolnas-ini-peringkat-e.html> diakses pada 18 Januari 2020.

<https://www.topbrand-award.com/en/2020/06/situs-jual-beli-online-fase-2-2020/> diakses pada 22 Januari 2021.

Liputan6.com. 2019. “Bakar Duit, Tengok Nilai Belanja Iklan TV dari E-Commerce”, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4132657/bakar-duit-tengok-nilai-belanja-iklan-tv-dari-e-commerce> diakses pada 4 Januari 2020.

Indept. 2019. “eCommerce topang belanja iklan TV hingga kuartal III-2019”, <https://www.indotelko.com/read/1573524514/ecommerce-belanja-iii> diakses pada 18 September 2020.

CLSA Indonesia. 2019. “Tokoedia, E-Commerce dengan Nilai Transaksi Terbesar”, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/15/2014-2023-nilai-transaksi-tokopedia-terbesar-dibandingkan-e-commerce-lainnya> diakses pada 4 Agustus 2020.

<https://www.topbrand-award.com/en/2020/06/situs-jual-beli-online-fase-2-2020/> diakses pada 22 Januari 2021.

## LAMPIRAN

### KUESIONER SHOPEE

Perkenalkan saya Harry Vidita Eka Putra mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Undip, sedang mengadakan riset mengenai Terpaan Iklan Shopee di Televisi dan Kredibilitas Brand Ambassador Cristiano Ronaldo terhadap Minat Bertransaksi. Maka dari itu saya mohon kesediaan saudara untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner berikut, atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Nama : \_\_\_\_\_

Usia : \_\_\_\_\_

#### A. TERPAAN IKLAN

**Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut dengan benar! (*boleh lebih dari 1 jawaban*).**

**1. Sebutkan Iklan Shopee di Televisi yang pernah anda lihat?**

\_\_\_\_\_

**2. Ceritakan apa yang anda ketahui tentang alur iklan Shopee “Big Ramadhan Sale”**

\_\_\_\_\_

**3. Sebutkan bintang iklan Shopee yang anda ketahui**

\_\_\_\_\_

**4. Sebutkan tema iklan Shopee di Televisi yang anda ketahui**

\_\_\_\_\_

**5. Sebutkan program promosi iklan Shopee di Televisi yang anda ketahui**

\_\_\_\_\_

#### B. KREDIBILITAS *BRAND AMBASSADOR*.

**Berilah tanda centang (✓) pada jawaban yang menurut anda paling sesuai.**

**PERNYATAAN**

**S S K T**  
**S S S S**

- 1 Cristiano Ronaldo tepat menjadi *Brand Ambassador* Shopee karena ia merupakan seorang selebriti yang terkenal.
- 2 Cristiano Ronaldo tepat menjadi *Brand Ambassador* Shopee karena memiliki daya tarik untuk iklan Shopee atas prestasinya di bidang olahraga sepakbola.
- 3 Cristiano Ronaldo tepat menjadi *Brand Ambassador* Shopee karena memiliki banyak pengikut (*followers*).
- 4 Cristiano Ronaldo tepat menjadi *Brand Ambassador* Shopee karena memiliki kemampuan komunikasi yang baik.
- 5 Cristiano Ronaldo tepat menjadi *Brand Ambassador* Shopee karena jejak rekam yang bagus (tidak pernah terlibat kriminalitas)
- 6 Cristiano Ronaldo tepat menjadi *Brand Ambassador* Shopee karena memiliki sejumlah pengalaman menjadi *Brand Ambassador* pada produk terkenal lainnya.

- 7 Cristiano Ronaldo tepat menjadi *Brand Ambassador* Shopee karena ia merupakan selebritis media darling (disukai oleh media dan sering mendapatkan pemberitaan yang positif).

### C. Minat Bertransaksi

#### PERNYATAAN

<b>S</b>	<b>S</b>	<b>K</b>	<b>T</b>
<b>S</b>		<b>S</b>	<b>S</b>

Saya berdiskusi dengan kerabat sebelum memutuskan untuk berbelanja di Shopee.

Saya membandingkan kelebihan Shopee dibandingkan dengan *e-commerce* lainnya.

Saya membaca ulasan dan komentar orang-orang terkait Shopee di Google.

Saya menghubungi admin Shopee untuk menanyakan prosedur cara beli.

**SS: Sangat Setuju**

**TS: Tidak Setuju**

**S: Setuju**

**KS: Kurang Setuju**

- Berapa kali anda pernah mendiskusikan tentang layanan shopee dengan teman?
  - a. >6 kali
  - b. 5 kali
  - c. 4 kali
  - d. <3 kali
  
- Berapa kali anda menghubungi call center shopee untun menanyakan layanan penjualan?

a. >6 kali

b. 5 kali

c. 4 kali

d. <3 kali

## UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

### Uji Validitas dan Reliabilitas Hubungan Terpaan Iklan Shopee di Televisi (X1)

#### Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.127	.566**	.446**	.392**	.711**
	Sig. (2-tailed)		.234	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X1.2	Pearson Correlation	.127	1	.074	.150	.355**	.488**
	Sig. (2-tailed)	.234		.489	.158	.001	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X1.3	Pearson Correlation	.566**	.074	1	.602**	.495**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.489		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X1.4	Pearson Correlation	.446**	.150	.602**	1	.558**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.158	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X1.5	Pearson Correlation	.392**	.355**	.495**	.558**	1	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90
TOTAL	Pearson Correlation	.711**	.488**	.786**	.766**	.787**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.746	5



## Kredibilitas Brand Ambassador (X2)

### Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.347**	.383**	.426**	.469**	.322**	.204	.699**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.000	.002	.054	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90
X2.2	Pearson Correlation	.347**	1	.393**	.200	.201	.427**	.182	.621**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.059	.058	.000	.086	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90
X2.3	Pearson Correlation	.383**	.393**	1	.126	.246*	.409**	.416**	.682**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.238	.019	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90
X2.4	Pearson Correlation	.426**	.200	.126	1	.439**	.129	.062	.533**
	Sig. (2-tailed)	.000	.059	.238		.000	.226	.563	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90
X2.5	Pearson Correlation	.469**	.201	.246*	.439**	1	.281**	.257*	.650**
	Sig. (2-tailed)	.000	.058	.019	.000		.007	.015	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90
X2.6	Pearson Correlation	.322**	.427**	.409**	.129	.281**	1	.268*	.645**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.226	.007		.011	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90
X2.7	Pearson Correlation	.204	.182	.416**	.062	.257*	.268*	1	.569**
	Sig. (2-tailed)	.054	.086	.000	.563	.015	.011		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90
TOTAL	Pearson Correlation	.699**	.621**	.682**	.533**	.650**	.645**	.569**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90

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

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

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.740	7

## Minat Bertransaksi (Y)

### Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	TOTAL
Y1.1	Pearson Correlation	1	.354**	-.161	.004	.038	.023	.614**
	Sig. (2-tailed)		.001	.130	.973	.725	.829	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
Y1.2	Pearson Correlation	.354**	1	-.317**	-.101	-.019	-.030	.437**
	Sig. (2-tailed)	.001		.002	.343	.855	.780	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
Y1.3	Pearson Correlation	-.161	-.317**	1	.115	.081	.343**	.302**
	Sig. (2-tailed)	.130	.002		.279	.448	.001	.004
	N	90	90	90	90	90	90	90
Y1.4	Pearson Correlation	.004	-.101	.115	1	.134	.087	.320**
	Sig. (2-tailed)	.973	.343	.279		.208	.418	.002
	N	90	90	90	90	90	90	90
Y1.5	Pearson Correlation	.038	-.019	.081	.134	1	.162	.423**
	Sig. (2-tailed)	.725	.855	.448	.208		.128	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
Y1.6	Pearson Correlation	.023	-.030	.343**	.087	.162	1	.560**
	Sig. (2-tailed)	.829	.780	.001	.418	.128		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
TOTAL	Pearson Correlation	.614**	.437**	.302**	.320**	.423**	.560**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.002	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90

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

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.221	6

## TABEL INDUK

No	Nama Responden	Terpaan Iklan (X1)					Jumlah	Kredibilitas Brand Ambassador (X2)							Jumlah	Skor 1	Skor 2	Skor 3
		Skor 1	Skor 2	Skor 3	Skor 4	Skor 5		Skor 1	Skor 2	Skor 3	Skor 4	Skor 5	Skor 6	Skor 7				
1	Teddi	1	0	1	2	1	5	3	3	3	3	3	3	3	21	4	3	
2	Adinda p zulaika	4	2	4	3	2	15	3	3	3	3	3	3	4	22	3	2	
3	Zayan Agustria	4	2	4	4	2	16	4	4	4	4	4	4	3	27	4	4	
4	Ronaldo dinilhaq	0	1	1	0	0	2	1	1	1	1	1	1	2	8	4	2	
5	Fernando	2	2	4	3	0	11	4	4	4	3	4	4	4	27	3	3	
6	Amelia Putri P	1	2	2	1	1	7	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	
7	Rayhan Ocdita	1	2	1	1	0	5	4	4	4	4	4	4	4	28	3	2	
8	Aqshal Davva Riandana	1	4	0	1	1	7	3	3	3	2	3	3	3	20	4	4	

9	Tessa aztia	1	4	3	2	2	12	3	4	4	3	4	3	4	25	4	3
10	Maulana	1	4	1	1	0	7	4	4	4	3	4	4	4	27	4	4
11	Aura Azzahra	1	0	1	1	0	3	2	2	2	2	2	2	2	14	3	3
12	Gian	1	1	1	1	0	4	4	3	3	3	3	3	3	22	1	2
13	Anisa Azhari	3	1	4	1	0	9	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4
14	Alexander Purwoto	0	2	1	1	0	4	4	4	4	3	4	4	4	27	4	3
15	Nabila Permata sari	1	2	2	2	1	8	3	2	3	3	3	3	3	20	3	2
16	Putri Nabila	1	1	3	3	3	11	4	3	4	4	3	3	3	24	4	3
17	Rehan rizki	2	0	2	1	1	6	4	4	4	3	3	4	4	26	4	4
18	Dila rahmita	1	2	4	3	0	10	4	2	3	3	3	2	3	20	4	3

19	M Yusril Azhar	2	2	2	2	0	8	4	4	4	3	3	3	1	22	3	2
20	Kesi	3	3	2	1	1	10	3	3	3	3	3	3	3	21	4	3
21	Nadira Dwi	0	0	4	3	0	7	3	3	3	3	3	4	4	23	4	4
22	shazia aurora	1	2	1	1	0	5	4	4	4	4	4	4	4	28	4	3
23	Sevina rinanda	2	2	2	3	3	12	4	4	4	4	4	4	4	28	4	2
24	Riyanti Aulia	1	4	1	0	1	7	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4
25	Cici afriyani	1	2	0	1	1	5	4	4	4	3	3	4	4	26	4	3
26	Monica	3	2	4	1	1	11	3	3	4	3	4	3	4	24	4	2
27	cindy aulia	1	0	2	1	0	4	3	3	3	3	3	2	3	20	3	3
28	rahmat sucia	0	0	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	21	4	1

29	Hendri maulana	1	0	1	0	0	2	4	4	4	1	2	4	3	22	3	2
30	Bumiero	3	2	4	1	1	11	3	3	3	3	3	4	4	23	4	3
31	nicholas	3	1	4	1	1	10	4	3	4	3	4	3	4	25	2	2
32	M ridwan aam	1	2	3	1	1	8	4	4	4	2	3	4	4	25	4	1
33	cindy nusari rizky	1	1	1	1	1	5	4	4	4	4	4	4	3	27	2	2
34	richardo dwiki	3	2	4	2	3	14	3	3	3	3	3	3	3	21	3	1
35	adam jason	1	2	4	2	2	11	3	4	4	3	2	3	3	22	2	2
36	rio fernando	2	2	4	3	3	14	3	4	3	4	3	3	3	23	3	2
37	yolanda puspa	2	3	4	3	4	16	3	4	4	4	2	3	3	23	4	2
38	erick ricardo	3	3	4	4	3	17	4	3	3	4	3	3	4	24	2	1

39	rega afri	3	3	4	3	2	15	3	3	4	4	3	3	4	24	3	2
40	nesya maysarah	2	3	4	3	3	15	4	3	3	4	3	3	3	23	4	1
41	ayu	3	2	4	2	1	12	3	3	3	3	3	4	3	22	3	2
42	myra	3	1	3	2	1	10	4	3	3	3	3	4	3	23	4	1
43	miko	2	2	3	1	1	9	4	3	3	3	3	4	3	23	3	2
44	rakha	4	2	2	2	1	11	4	3	3	4	4	3	3	24	4	1
45	andra muhamma d	3	2	3	2	1	11	4	3	3	4	3	3	3	23	3	2
46	bulan	2	1	2	2	0	7	4	4	4	4	4	4	4	28	1	1
47	raffi simanjutak	2	2	4	2	2	12	3	3	3	4	3	4	3	23	3	1
48	muhamma d rayhan	3	3	4	4	2	16	3	3	3	3	3	4	3	22	4	1

49	wulandari puspita	3	4	4	3	3	17	3	3	4	3	3	3	3	22	3	1
50	rizki ramadhan	3	2	4	3	3	15	3	3	4	3	3	3	3	22	1	2
51	rangga anugrah	3	3	4	3	3	16	3	3	4	3	3	3	3	22	4	1
52	angga firdaus	3	2	3	1	1	10	3	3	4	3	3	3	3	22	1	1
53	raffi yuda	2	1	2	1	1	7	4	3	3	4	4	3	4	25	4	1
54	clarissa dwi	2	1	4	2	1	10	4	3	3	3	4	3	3	23	2	1
55	bagas	1	1	1	1	1	5	4	4	4	2	3	3	4	24	1	1
56	nazwa putri	3	3	4	3	3	16	3	3	3	3	3	3	2	20	2	1
57	alwa salwa putri	2	1	4	2	2	11	4	4	4	4	2	4	4	26	4	1
58	m farhan rizki	1	1	3	2	3	10	3	3	3	3	3	2	3	20	2	1



59	fathir putra rizki	1	2	2	2	1	8	3	3	3	3	3	3	3	21	1	1
60	Ali Imran	3	2	3	2	3	13	3	4	4	3	2	4	3	23	2	1
61	Amelia Desnasari	3	1	4	2	2	12	3	3	4	3	2	4	3	22	4	1
62	Ressy Nur Agestha	1	3	3	3	3	13	4	3	3	3	3	4	2	22	1	1
63	Adrino Yudha	3	4	4	3	3	17	4	4	4	3	3	3	4	25	4	1
64	Muhamma d Fachrul	3	3	4	3	3	16	4	3	3	4	3	3	3	23	1	1
65	Qhesha Fhayra	2	2	3	1	1	9	4	3	4	4	3	3	3	24	1	1
66	Dzaki ahmad	3	1	2	2	1	9	4	3	3	4	3	3	4	24	4	1
67	Chayara putri	2	1	3	1	1	8	4	1	4	4	4	3	3	23	4	1
68	Vindy dwi	3	1	3	2	1	10	4	3	4	3	4	3	4	25	4	1

69	neylatesha	2	1	2	1	1	7	4	3	4	4	4	3	3	25	1	1
70	Hadi dwika	3	1	4	3	1	12	4	3	4	4	4	3	3	25	1	2
71	sigit septiadi	1	1	3	2	1	8	4	3	2	4	3	2	2	20	4	1
72	ibnu hakim	2	0	4	3	1	10	3	3	3	3	3	3	3	21	1	2
73	siti najla	2	2	2	2	1	9	3	4	4	4	4	3	4	26	1	1
74	dela aqilah	2	1	3	2	1	9	3	4	2	3	3	2	2	19	4	1
75	rakha kurnia	3	2	3	4	1	13	4	4	2	4	4	4	1	23	1	2
76	wegani fajrin	1	4	2	2	1	10	3	4	3	4	3	2	4	23	4	1
77	meristia izhar	1	0	1	2	0	4	4	3	4	3	4	3	3	24	4	1
78	coki putra	4	1	4	3	2	14	3	4	2	4	4	4	2	23	1	1

79	risky aditya	1	1	4	2	0	8	4	4	2	4	3	2	3	22	1	1
80	fibi kansra	1	2	4	1	1	9	3	3	3	3	4	4	4	24	1	1
81	jihan	3	1	2	2	2	10	4	4	4	4	3	3	1	23	4	1
82	zacky	2	4	3	1	2	12	3	3	3	3	3	4	3	22	1	1
83	mifta sabrina	1	3	1	1	0	6	4	3	3	4	4	3	2	23	4	1
84	revina clara	1	4	1	1	0	7	3	4	3	3	4	4	3	24	1	1
85	gumilar pambudi	2	2	2	3	1	10	4	3	3	4	4	3	4	25	4	1
86	varisa rizki	2	2	2	2	1	9	4	4	4	3	3	3	4	25	1	1
87	randy muhamma d	1	2	3	2	2	10	3	3	4	4	3	4	3	24	3	1
88	furqan izani	3	1	4	2	0	10	3	3	4	3	4	3	3	23	3	1

89	ines monica	2	2	3	2	1	10	3	4	4	3	3	3	2	22	1	1
90	Agung Febrian	2	3	2	1	1	9	3	3	3	3	3	3	3	21	4	1

