



LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuesioner

Selamat pagi/siang/sore/malam Bapak/Ibu, Saudara/i yang saya hormati, Perkenalkan nama saya Ariandi Budyanto, saya mahasiswa semester 8 pada program studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tentang **"Pengaruh Promosi Game FPS (First Person Shooter) Valorant di Youtube terhadap Word of mouth Communication di Harapan Indah"**.

Saya meminta bantuan teman-teman semua untuk mengisi kuesioner berikut. Pengisian kuesioner menggunakan skala ordinal dari 1-5, dengan keterangan:

- 1 Sangat tidak setuju
- 2 Tidak setuju
- 3 Netral
- 4 Setuju
- 5 Sangat setuju

Semua data yang diberikan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian dan terjaga kerahasiaannya. Terima kasih banyak, salam gamers!

1. Jenis Kelamin
 - Laki-laki
 - Perempuan
2. Usia
 - < 17 tahun
 - 17 – 22 tahun
 - 23 – 25 tahun
 - > 25 tahun
3. Apakah anda pernah bermain game FPS
 - Ya
 - Tidak



4. *Game* FPS apa yang anda pernah mainkan?

- CSGO
- PUBG
- PUBGM
- APEX LEGEND
- CALL OF DUTY
- BATTLEFIELD
- LAIN-LAIN

5. Apakah anda tertarik dengan *game* FPS?

- Ya
- Tidak (Jika anda menjawab tidak, maka anda tidak perlu melanjutkan ke pertanyaan selanjutnya.)

	Pernyataan	Sts (1)	Ts (2)	Netral (3)	S (4)	Ss (5)
Promosi (Pesan Promosi) (Variabel Pesan X)						
1	Konsep promosi <i>game</i> FPS <i>Valorant</i> sangat unik dan menarik di <i>Youtube</i>	3	13	20	29	35
2	Pesan video promosi <i>game</i> FPS <i>Valorant</i> di <i>Youtube</i> tersampaikan dengan baik	2	14	26	36	22
3	Pesan promosi <i>game</i> FPS <i>Valorant</i> bertemakan tembak menembak berskill	5	9	23	36	27
Promosi (Media Promosi)						

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1.	Media <i>Youtube</i> menjadi platform yang tepat untuk melakukan promosi khususnya <i>game FPS Valorant</i>	4	21	12	32	31
2.	Titur <i>Ads</i> pada <i>Youtube</i> menjadi strategi yang baik untuk mereminder orang tentang adanya <i>game FPS Valorant</i>	5	8	29	30	28
3.	Media promosi iklan di <i>Youtube</i> menjadi sangat tepat karena kualitas video yang ditampilkan sangat maksimal	5	8	12	40	35
Promosi (waktu promosi)						
1.	Jangka waktu iklan video promosi <i>game Valorant</i> di <i>Youtube</i> cukup lama	5	16	22	30	27
2.	Video promosi <i>game FPS Valorant</i> sering tampil di <i>Youtube</i> secara berulang	1	15	21	37	26
3.	Iklan promosi <i>Valorant</i> muncul dalam bentuk <i>ads</i> saat orang menonton video di <i>Youtube</i>	3	7	16	35	39

Variabel Y (Word of mouth)

No	Pernyataan	Sts	Ts	Netral	S	Ss
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Word of mouth (Talkers)						

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Hak Cipta IBIKKG (Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



1. Diarung me... a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.						
1	<i>influencer</i> dan <i>streamer game</i> mempromosikan <i>game FPS Valorant</i> lewat <i>Youtube</i>	8	10	13	34	35
2	Orang-orang mengetahui <i>game FPS</i> dari orang terdekat seperti teman, keluarga, dan kerabat	1	10	26	32	31
3	Komunitas <i>game</i> memberi rekomendasi pada orang-orang untuk bermain <i>game FPS Valorant</i>	6	13	17	36	28
Word of mouth (Topics)						
1	Iklan video promosi <i>game FPS Valorant</i> menjadi bahan obrolan dengan teman, kerabat, dan keluarga	3	15	25	31	26
2	Iklan video promosi <i>game FPS Valorant</i> sangat memberikan informasi mengenai sistem permainannya	1	23	25	28	23
3	Karena iklan video promosi <i>game Valorant</i> menjadi bahan obrolan mengenai fitur-fitur yang ada dalam <i>game Valorant</i>	1	9	22	42	26
Word of mouth (tools)						
1.	Media sosial menjadi saran untuk merekomendasikan <i>game FPS Valorant</i>	3	8	24	30	35



2.	<i>Youtube</i> menjadi sarana untuk menilai <i>game FPS Valorant</i> lewat review dari para pemainnya	1	10	21	39	29
3.	<i>Game FPS Valorant</i> memanfaatkan media sosial untuk pemainnya saling merekomendasikan kepada calon pemain secara tidak langsung	2	9	22	37	30
Word of mouth (Talking part)						
1.	Lewat sosial media pembahasan <i>game Valorant</i> menjadi hal yang utama saat berinteraksi dengan teman, kerabat, dan keluarga	2	12	23	33	30
2.	Pendapat para pemain <i>game FPS Valorant</i> sangat menarik untuk dibahas	1	10	23	35	31
3.	Visual video promosi <i>game Valorant</i> yang berbentuk animasi di <i>Youtube</i> menjadi salah satu hal menarik untuk dibicarakan	3	7	18	47	25
Word of mouth (Tracking)						
1.	Mengetahui komentar dan <i>review</i> di <i>Youtube</i> menjadi tolak ukur penting mengenai <i>game FPS Valorant</i>	1	2	29	44	24
2.	Pendapat dari kerabat terdekat menjadi salah satu penilaian untuk <i>game Valorant</i>	1	10	24	41	24

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3.	Komentar positif dan negatif di <i>Youtube</i> menjadi masukan untuk <i>game FPS Valorant</i>	3	10	15	39	33
----	---	---	----	----	----	----

Lampiran 2

Data Kuesioner 100 responden

Variabel X

	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	4	4	4	4	2	3	5	5
4	3	4	5	5	4	2	4	4	4
3	2	4	4	4	3	2	5	4	4
3	3	2	2	2	3	3	2	2	3
4	3	3	3	3	3	3	2	3	3
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	3	5	5	4	5
5	4	3	2	2	5	1	3	2	5
5	4	5	4	4	4	5	4	5	5
3	4	5	5	5	5	4	2	5	5
4	3	4	2	4	4	5	3	2	2
2	2	3	2	2	4	1	2	2	3
2	3	2	4	4	2	4	5	3	2
5	4	3	1	2	2	3	3	4	4
5	4	5	4	4	1	5	1	4	5
2	3	4	5	4	4	5	1	4	5
5	4	4	4	4	3	4	2	3	3
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	4	5	4	4	3	5	4	4	3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	3	3	5	2	5	4
4	3	4	4	5	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	5	5	5	5	4	4	4
5	3	4	4	1	2	5	5	4
5	5	4	4	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	4	4	5	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	5	5	4	5
4	5	3	5	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	4	4	4	4	4
3	4	3	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5	4	5	5
4	5	4	4	4	5	4	5	5
5	3	4	2	3	4	2	3	4
3	5	4	2	3	4	5	3	1
4	5	5	5	5	5	4	4	5
2	4	3	3	5	4	3	4	4
3	4	3	5	3	2	2	4	2
2	2	3	5	3	5	3	2	3
3	2	3	4	2	1	4	5	5
5	2	4	3	5	4	3	4	5
5	3	3	5	3	4	3	4	5

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3	4	3	5	4	5	4	2	4
3	2	3	4	2	4	1	2	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	2	4	2	3	4	2	3	3
3	4	2	1	3	1	2	2	3
3	4	1	5	2	1	2	2	3
2	3	1	2	3	4	3	2	1
4	4	4	4	4	5	5	4	4
4	3	3	2	1	3	5	3	5
5	4	2	4	3	4	5	3	5
5	4	3	4	3	2	5	4	4
4	4	2	4	1	2	3	3	3
4	5	4	3	5	4	3	3	4
5	3	4	4	5	4	3	3	4
4	2	4	3	3	5	3	5	4
5	4	4	4	4	4	4	5	4
4	2	5	2	3	5	5	4	3
2	3	3	3	4	4	4	3	5
2	3	2	2	4	2	5	3	3
5	4	3	5	3	4	4	5	1
1	2	3	1	2	3	2	1	4
1	2	4	4	3	4	5	3	2
2	1	4	2	4	3	4	3	5
2	4	5	4	4	3	5	3	2
5	5	4	2	4	3	3	4	5
4	3	5	4	3	5	3	5	3
5	2	4	2	2	4	1	2	3
4	3	1	2	4	3	3	2	4
2	1	2	5	4	2	4	2	5

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5	4	5	3	1	3	2	4	4
2	3	1	2	4	4	5	3	2
3	5	3	3	2	4	2	4	5
5	3	4	2	3	4	3	3	4
5	3	4	2	3	4	5	4	5
5	2	3	5	4	3	1	2	4
4	3	5	5	4	4	5	4	4
4	3	2	4	3	5	3	4	2
4	5	4	2	3	4	4	5	3
4	3	5	4	3	4	5	5	4
3	4	1	2	5	5	4	3	4
4	5	3	5	5	4	4	5	3
3	4	2	1	4	5	3	4	5
2	3	4	2	3	3	4	3	4
4	5	4	5	5	4	2	4	4
5	4	5	3	5	5	4	2	4
4	4	4	5	5	5	4	4	5
4	5	5	4	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	3	3	4	4	3	4

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Lampiran 3

Data Kuesioner Variabel Y

y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	y10	y11	y12	y13	y14	y15
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3
5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4
4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	2	4



3	4	4	3	2	4	5	3	2	1	2	4	4	3	4
3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	1
5	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	2	3	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	4	3	4	4	3	2	4	5	2	5
5	3	1	4	2	3	1	4	1	3	5	1	3	5	1
4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4
4	3	4	2	4	2	5	2	4	5	5	5	3	3	4
5	4	5	3	3	4	2	5	3	4	2	2	4	2	4
4	3	5	3	5	4	5	2	4	3	2	4	3	4	4
5	3	4	3	2	4	3	3	4	5	4	4	3	4	3
3	4	2	4	3	4	3	3	2	1	2	3	4	3	4
4	5	4	2	3	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4
5	4	3	2	4	5	1	4	5	5	4	5	4	4	5
4	5	5	5	4	3	3	4	4	2	3	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	3	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	1	4	4	5	2	3	3	4	5	1	3	1
4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	4	5	3	3	3	4	4	4	2	3	4	4	3	5
2	4	3	2	2	3	2	4	3	5	5	4	3	4	5
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5
5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4	4	4	2	2	3	5	1	5	4	3	3	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4
3	3	5	4	3	5	4	4	4	3	4	3	4	4	3
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5
5	4	4	3	2	4	1	2	4	5	3	4	5	3	4
4	3	2	4	2	5	4	3	4	3	5	4	3	4	5
4	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5
2	4	3	5	2	4	3	4	3	4	5	4	4	3	3
3	2	5	3	4	4	3	2	4	3	4	5	4	5	4
4	5	3	4	2	4	5	4	3	5	2	3	4	2	3
1	3	2	4	5	2	4	3	5	4	3	3	4	5	4
5	3	4	5	3	4	3	5	3	5	4	2	3	4	4
4	2	1	3	5	4	3	4	4	5	4	4	3	5	5
4	4	3	4	5	4	5	3	4	2	3	4	5	3	3
4	4	2	3	4	2	5	5	3	2	2	4	3	2	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	4	3	4	3	4	2	3	3	4	4	3	3	2
4	2	3	3	2	5	4	3	4	3	4	2	3	1	3
4	3	2	1	2	2	3	3	3	4	5	4	3	2	2
2	3	1	2	2	4	3	3	4	3	3	2	4	4	5
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5
3	3	2	5	4	3	5	3	4	4	5	3	3	3	4
1	2	4	1	2	3	3	4	4	3	3	4	2	4	3
5	3	4	3	4	1	2	3	2	5	4	4	5	4	4
4	5	4	3	2	4	4	3	5	5	5	4	3	4	4

Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4	4	2	4	5	3	4	4	5	3	2	4	5	3	4
4	5	4	3	3	2	2	3	3	4	3	3	5	2	3
2	4	4	2	5	5	4	5	4	2	5	3	4	5	4
4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
4	3	4	5	2	4	2	4	5	4	3	3	4	2	2
5	4	4	5	4	3	5	4	3	4	4	5	5	3	2
3	3	3	2	3	4	4	5	2	3	4	1	2	4	2
4	2	2	4	2	3	4	4	3	5	3	5	5	3	3
4	5	4	3	2	5	2	5	3	3	4	3	3	2	4
2	2	3	4	5	4	3	2	2	2	4	1	3	3	5
5	3	4	2	3	3	4	5	3	2	4	2	5	3	2
3	5	3	2	2	4	3	3	2	2	3	3	4	3	5
2	3	3	4	3	5	2	4	2	2	2	5	4	5	4
4	3	5	4	3	3	5	3	4	4	5	3	5	3	4
5	3	4	5	4	3	3	4	4	4	3	4	5	3	5
4	3	2	3	2	2	3	4	3	2	5	4	3	5	4
2	1	3	2	3	4	5	3	5	3	4	4	3	4	5
2	3	1	3	4	4	5	4	4	2	3	4	3	4	2
2	2	2	4	3	4	2	3	4	4	2	5	3	3	4
2	3	1	3	4	3	5	3	4	3	4	5	4	2	3
3	2	4	2	2	2	3	2	2	4	4	4	4	4	2
3	5	4	4	3	5	3	4	5	4	5	4	3	4	4
2	3	4	5	2	3	3	4	3	2	4	3	4	5	3
5	3	4	5	3	4	4	3	3	5	5	4	3	4	4
3	3	2	5	3	4	3	3	2	4	1	2	4	4	5
5	5	5	2	2	3	4	2	1	5	3	4	5	3	3
2	4	3	5	3	4	5	5	4	3	3	4	4	3	5
3	4	1	2	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	2
4	5	3	4	5	4	4	5	5	3	5	4	4	3	4

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

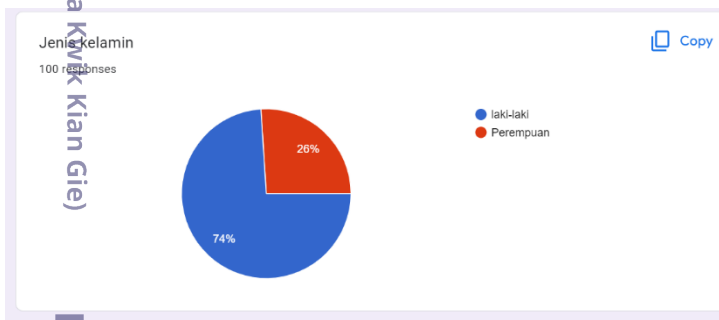
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

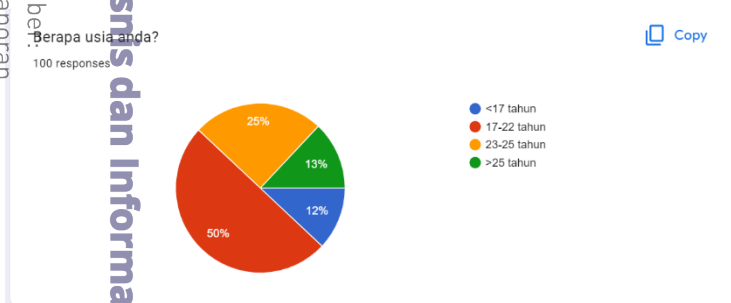


5	4	5	3	3	4	3	5	3	5	3	4	3	4	2
3	4	2	3	4	5	3	3	5	4	3	3	4	4	4
4	5	2	3	4	5	5	5	4	4	5	4	3	4	5
4	2	3	5	1	2	3	2	3	3	4	4	5	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
4	3	3	4	5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3

Lampiran 4 Data Responden Jenis Kelamin



Lampiran 5 Data Responden berdasarkan Usia





Lampiran 6 Hasil Uji Validitas X

		Correlations									
		x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	total
Pearson	Correlation	1	.567**	.409	-.076	-.002	.194	.089	.238	.345	.442
	Sig. (2-tailed)		.009	.073	.749	.993	.413	.708	.313	.136	.051
N		20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Pearson	Correlation	.567**	1	.426	.224	.158	.514*	.129	.344	.371	.618**
	Sig. (2-tailed)	.009		.061	.343	.506	.020	.586	.137	.107	.004
N		20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Pearson	Correlation	.409	.426	1	.631**	.345	.545*	.100	.719**	.648**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.073	.061		.003	.137	.013	.676	.000	.002	.000
N		20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Pearson	Correlation	-.076	.224	.631**	1	.327	.563**	.208	.728**	.491*	.742**
	Sig. (2-tailed)	.749	.343	.003		.160	.010	.380	.000	.028	.000
N		20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Pearson	Correlation	-.002	.158	.345	.327	1	-.025	.135	.217	.333	.432
	Sig. (2-tailed)	.993	.506	.137	.160		.916	.570	.357	.152	.057
N		20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Pearson	Correlation	.194	.514*	.545*	.563**	-.025	1	.159	.472*	.197	.650**
	Sig. (2-tailed)	.413	.020	.013	.010	.916		.503	.036	.405	.002
N		20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Pearson	Correlation	.089	.129	.100	.208	.135	.159	1	.331	.096	.437
	Sig. (2-tailed)	.708	.586	.676	.380	.570	.503		.154	.688	.054
N		20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Pearson	Correlation	.238	.344	.719**	.728**	.217	.472*	.331	1	.725**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.313	.137	.000	.000	.357	.036	.154		.000	.000
N		20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Pearson	Correlation	.345	.371	.648**	.491*	.333	.197	.096	.725**	1	.714**
	Sig. (2-tailed)	.136	.107	.002	.028	.152	.405	.688	.000		.000
N		20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Pearson	Correlation	.442	.618**	.829**	.742**	.432	.650**	.437	.842**	.714**	1
	Sig. (2-tailed)	.051	.004	.000	.000	.057	.002	.054	.000	.000	
N		20	20	20	20	20	20	20	20	20	20

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

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

Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas X

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	20	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.800	9

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.



Lampiran 8

Hasil Uji Validitas Y

Correlations

	y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	y10	y11	y12	y13	y14	y15	total	
1. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.	1	.234	.651**	.129	.409	.349	.182	.411	.720**	.350	.009	.499*	.332	-.178	.667**	.649**	
2. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.		1	.321	.588	.073	.132	.444	.072	.000	.131	.971	.025	.153	.452	.001	.002	
3. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.			1	.438	.170	.297	.403	.221	.428	.326	.071	.074	.264	.811**	.250	.497*	.556*
4. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.				1	.337	.478*	.225	.512*	.690**	.239	-.067	.490*	.405	-.047	.638**	.741**	
5. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.					1	.715**	.094	.282	.300	.239	-.186	-.044	.306	.234	.107	.188	.409
6. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.						1	.448*	.244	.441	.544*	.159	.041	.620**	.325	.143	.330	.676**
7. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.							1	.044	.208	.277	.131	.039	.454*	.401	.296	.176	.472*
8. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.								1	.685**	.357	.110	.178	.480*	.064	.192	.182	.555*
9. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.									1	.728**	.368	.432	.582**	.302	.371	.503*	.842**
10. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.										1	.635**	.383	.673**	.325	.294	.561**	.879**
11. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.											1	.658**	.310	-.014	.386	.040	.518*
12. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.												1	.242	-.014	.647**	-.148	.413
13. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.													1	.188	.141	.448*	.764**
14. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.														1	.188	.141	.448*
15. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.															1	.600**	.005
total																1	.005

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

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

Lampiran 9

Hasil Uji Reliabilitas Y

Case Processing Summary

	N	%
Cases		
Valid	20	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	20	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.867	15



Lampiran 10
Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.73094808
Most Extreme Differences	Absolute	.053
	Positive	.053
	Negative	-.038
Test Statistic		.053
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	Constant	20.807	3.223	6.456	.000		
	Pesan	.953	.296	3.223	.002	.602	1.661
	media	1.329	.279	4.771	.000	.652	1.533
	waktu	.920	.312	2.947	.004	.622	1.609

a. Dependent Variable: word of mouth

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.338	1.131	.299	.766
	Pesan	.166	.104	.205	1.602
	media	-.085	.098	-.106	-.866
	waktu	.091	.110	.104	.826

a. Dependent Variable: LN_RES

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumbernya.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 11

Analisis Deskriptif X

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x1	100	1.00	5.00	3.8000	1.14592
x2	100	1.00	5.00	3.6200	1.04234
x3	100	1.00	5.00	3.7100	1.11278
x4	100	1.00	5.00	3.6500	1.23399
x5	100	1.00	5.00	3.6800	1.11808
x6	100	1.00	5.00	3.9200	1.11627
x7	100	1.00	5.00	3.5800	1.19070
x8	100	1.00	5.00	3.7200	1.04524
x9	100	1.00	5.00	4.0000	1.05409
Valid N (listwise)	100				

Analisis Deskriptif Y

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
y1	100	1.00	5.00	3.7800	1.25191
y2	100	1.00	5.00	3.8200	1.01881
y3	100	1.00	5.00	3.6700	1.18964
y4	100	1.00	5.00	3.6200	1.11718
y5	100	1.00	5.00	3.4900	1.11460
y6	100	1.00	5.00	3.8300	.95405
y7	100	1.00	5.00	3.8600	1.08265
y8	100	1.00	5.00	3.8500	.98857
y9	100	1.00	5.00	3.8400	1.02218
y10	100	1.00	5.00	3.7700	1.07172
y11	100	1.00	5.00	3.8500	1.00880
y12	100	1.00	5.00	3.8400	.98186
y13	100	1.00	5.00	3.8800	.83218
y14	100	1.00	5.00	3.7700	.96248
y15	100	1.00	5.00	3.8900	1.07210
Valid N (listwise)	100				

© Hak cipta milik IBI KKGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber dan menyebutkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKGG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKGG.



Lampiran 12

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.807	3.223		6.456	.000
	Pesan	.953	.296	.275	3.223	.002
	media	1.329	.279	.391	4.771	.000
	waktu	.920	.312	.247	2.947	.004

a. Dependent Variable: word of mouth

Lampiran 13

Koefisiensi Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.761 ^a	.579	.566	5.791

a. Predictors: (Constant), waktu, media, Pesan

b. Dependent Variable: word of mouth

Lampiran 14

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4433.072	3	1477.691	44.067	.000 ^b
	Residual	3219.168	96	33.533		
	Total	7652.240	99			

a. Dependent Variable: word of mouth

b. Predictors: (Constant), waktu, media, Pesan

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 15

Uji T

Coefficients^a

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Constant	20.807	3.223		6.456	.000		
Desain	.953	.296	.275	3.223	.002	.602	1.661
Media	1.329	.279	.391	4.771	.000	.652	1.533
Youtu	.920	.312	.247	2.947	.004	.622	1.609

Dependent Variable: word of mouth

Lampiran 16

Kuesioner Google Form

Pengaruh Promosi Game FPS (*First Person Shooter*) Valorant di Youtube terhadap *Word of Mouth Communication* di Harapan Indah".

Perkenalkan nama saya Iriandi Budyanto, saya mahasiswa semester 8 pada program studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tentang "Pengaruh Promosi Game FPS (*First Person Shooter*) Valorant di Youtube terhadap *Word of Mouth Communication* di Harapan Indah".

Saya meminta bantuan teman-teman semua untuk mengisi kuesioner berikut. Pengisian kuesioner menggunakan skala ordinal dari 1-5, dengan keterangan:

- = Sangat tidak setuju
- = Tidak setuju
- = Netral
- = Setuju
- = Sangat setuju

Semua data yang diberikan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian dan terjaga kerahasiaannya. Terima kasih banyak salam gamers!

Jenis kelas

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dan Lindung Undang

Jenis kelamin *

laki-laki

Perempuan

Perempuan

Berapa usia anda? *

<17 tahun

17-22 tahun

23-25 tahun

>25 tahun

Apakah anda pernah bermain game FPS (First Person Shooter) *

Ya

Tidak

Game FPS apa yang pernah anda mainkan? *

CSGO

PUBG

PUBGM

APEX LEGEND

CALL OF DUTY

BATTLEFIELD

LAIN-LAIN

Apakah anda tertarik dengan game FPS? *

Ya

Tidak (jika anda menjawab tidak, maka anda tidak perlu melanjutkan ke pertanyaan selanjutnya)

After section 1 continue to next section

- a. Penugutan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Penugutan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Variabel X (promosi)						
Description (optional)						
1. Konsep promosi game FPS Valorant sangat unik dan menarik di Youtube *	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju
2. Pesan video promosi game FPS valorant di Youtube tersampaikan dengan baik *	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju
3. Pesan promosi game Valorant FPS bertemakan tembak menembak berskill *	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju
4. Media Youtube menjadi platform yang tepat untuk melakukan promosi khususnya game FPS Valorant *	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju
5. Fitur ads pada media youtube menjadi strategi yang baik untuk mereminder orang tentang adanya game valorant *	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju
6. Media promosi iklan di youtube menjadi tepat karena kualitas video yang ditampilkan sangat maksimal *	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju
7. Jangka waktu iklan video promosi valorant di youtube cukup lama *						

1.
 - a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya atau hasil penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Jangka waktu iklan video promosi valorant di youtube cukup lama *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

video promosi game FPS Valorant sering tampil di platform Youtube secara berulang *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Iklan promosi Valorant muncul dalam bentuk ads saat orang menonton video di youtube *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

After session 2 Continue to next section

Variabel Y (word of mouth)

Description (optional)

Influencer dan streamer game mempromosikan game FPS Valorant lewat Youtube *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Orang-orang mengetahui game FPS Valorant dari orang terdekat seperti teman, keluarga, dan kerabat *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Komunitas game memberi rekomendasi pada orang-orang untuk bermain game FPS Valorant *

	1	2	3	4	5	
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Iklan video promosi game FPS Valorant menjadi bahan obrolan dengan teman, kerabat, dan keluarga

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Iklan video promosi game FPS valorant memberikan informasi mengenai sistem permainannya

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Kata-kata iklan video promosi game Valorant menjelaskan mengenai fitur-fitur terbaru dalam game FPS yang ada dalam game Valorant

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Media sosial menjadi sarana untuk merekomendasikan game fps valorant *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Youtube menjadi sarana untuk menilai game FPS Valorant lewat review dari para pemainnya *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Game FPS Valorant memanfaatkan media sosial untuk pemainnya saling merekomendasikan kepada calon pemain secara tidak langsung *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Lewat sosial media pembahasan game Valorant menjadi hal yang utama saat berinteraksi dengan teman, kerabat, dan keluarga *

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lewat sosial media pembahasan game Valorant menjadi hal yang utama saat berinteraksi dengan teman, kerabat, dan keluarga *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Pendapat para pemain game FPS Valorant sangat menarik untuk dibahas *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Visual video promosi game Valorant yang berbentuk animasi di Youtube menjadi salah satu hal menarik untuk dibicarakan *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Mengetahui komentar dan review di Youtube menjadi tolak ukur penting mengenai game FPS Valorant *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Pendapat dari kerabat terdekat menjadi salah satu penilaian untuk game Valorant *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Komentar positif dan negatif di Youtube menjadi masukan untuk game FPS Valorant *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.