

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis sampaikan kesimpulan dan saran yang relevan dengan hasil analisis data dan pengujian hipotesis. Kesimpulan dan saran tersebut adalah sebagai berikut;

A. Kesimpulan

1. Kredibilitas Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Sikap terhadap Iklan (Y) ($t=3.878$; $p=0.000$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kredibilitas perusahaan menurut persepsi pemirsa, maka akan semakin baik sikap pemirsa terhadap iklan yang ditayangkan.
2. Kredibilitas Pembawa Iklan berpengaruh positif signifikan terhadap Sikap terhadap Iklan (Y) ($t=11.202$; $p=0.000$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kredibilitas pembawa iklan menurut persepsi pemirsa, maka akan semakin baik sikap pemirsa terhadap iklan yang ditayangkan.
3. Pengaruh Kredibilitas model iklan pada Sikap terhadap Iklan Fatigon Spirit lebih kuat dibanding pengaruh Kredibilitas perusahaan dengan melihat nilai koefisien regresi bahwa variable kredibilitas pembawa iklan lebih besar nilainya dibandingkan dengan kredibilitas perusahaan yakni 0.562 dan 0.131

B. Saran

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kredibilitas perusahaan dan kredibilitas pembawa iklan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap

sikap terhadap iklan. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut yaitu kredibilitas perusahaan dan kredibilitas pembawa iklan memiliki peran penting dan strategis yang menentukan keberhasilan suatu iklan di televisi. Maka saran yang disampaikan kepada pihak manajemen adalah:

1. Pihak manajemen diharapkan lebih memberikan perhatian yang serius untuk mengetahui sebaik atau sejauhmana sikap konsumen terhadap iklan yang ditayangkan melalui televisi.
2. Pihak manajemen secara berkala melakukan survey terhadap sikap konsumen terhadap iklan Fatigon, misalnya dalam periode tiga bulanan atau enam bulanan. Hal ini dengan pemikiran bahwa, melalui survey tersebut pihak manajer akan dapat memantau dan mengukur perubahan sikap konsumen terhadap iklan Fatigon, yang selanjutnya hasil survei ini dapat digunakan untuk merumuskan kembali strategi atau kebijakan periklanannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, Kumar, and Day. *Marketing Research*. Prentice Hall, New York, 1998.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan Irawan. *Menejemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta, 1999.
- Gujarati, Damodar N. *Basic Econometrics*, McGraw Hill Book Company, New York, 1995.
- Hadi, Sutrisno. *Analisis Butir*. Andi Offset, Yogyakarta, 1991.
- Kotler, Philip. *Marketing Management*. Eleventh Edition, Prentice Hall, New York, 2003.
- Lafferty, Barbara A, Ronald E. Goldsmith, and Stephen J. Newell. "Corporate Credibility's Role in Consumers Attitudes and Purchase Intentions When a High versus a Low Credibility Endorser is Used in the Ad", *Journal of Business Research* , 44 (February), 1999,109-116.
- Lafferty, Barbara A, Ronald E. Goldsmith, and Stephen J. Newell. "The Dual Credibility Model: The Influence of Corporate and Endorser Credibility on Attitudes and Purchase Intenstions", *Journal of Marketing Theory and Practice*, Summer, 2002, 10, 3.
- Lafferty, Barbara A, Ronald E. Goldsmith, and Stephen J. Newell. "The Impact of Corporate Credibility and Celebrity Credibility on Consumer Reaction to Advertisement and Brands", *Journal of Advertising*, Fall 2000, 29,3.
- Lamb, Charles W., Joseph F. Hair, Jr., dan Carl McDaniel. *Pemasaran*. Salemba Empat, Jakarta, 2001.
- Mowen, John. C. dan Michael Minor. *Perilaku Konsumen*. Erlangga, Jakarta, 2002.
- Olney Thomas J., Morris B. Holbrook, Rajeev Batra. "Consumer Responses to Advertising: The Effects of Ad Content, Emotions, and Attitude toward the Ad on Viewing Time", *Journal of Consumer Research*, Vol. 17, March, 1991.
- Olson, Jerry dan J. Paul Peter. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Erlangga, Jakarta, 2000.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Edisi Revisi, Rosda, Bandung, 2002.

Santoso, Sigit dan Fandy Tjiptono. *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasinya dengan SPSS*. Elex Media Computindo, Jakarta. 2002.

Sekaran, Umar. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Second Edition, John Willey & Sons, New York, 1992.

Sigit, Soehardi. *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, BPFE Universitas Sarjanawiyata, Yogyakarta, 2001.

Stanton, William. *Dasar-dasar Pemasaran*, Erlangga, Jakarta, 1984.

Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Rosda, Bandung, 2001.



mmarize - Uji Validitas dan Reliabilitas Sikap thd Iklan

Case Processing Summary^a

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
1	30	100.0%	0	.0%	30	100.0%
2	30	100.0%	0	.0%	30	100.0%
3	30	100.0%	0	.0%	30	100.0%

a. Limited to first 100 cases.

Case Summaries^a

	P1	P2	P3
	3	4	3
	2	3	2
	2	2	2
	2	2	2
	3	3	2
	3	2	3
	3	3	2
	3	2	3
	3	3	2
	3	2	3
	2	3	3
	4	4	4
	3	3	3
	2	3	3
	3	2	2
	5	4	5
	3	3	3
	3	2	2
	4	4	3
	3	2	3
	3	4	3
	4	4	4
	4	4	3
	4	3	3
	4	3	4
	5	5	4
	5	5	4
	3	2	2
	5	5	4
	3	3	3
Total N	30	30	30

a. Limited to first 100 cases.

liability

**** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ****

E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

	Mean	Std Dev	Cases
. P1	3.3000	.9154	30.0
. P2	3.1333	.9732	30.0
. P3	2.9667	.8087	30.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	9.4000	5.9034	2.4297	3

m-total Statistics

Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
6.1000	2.6448	.8130	.7892
6.2667	2.6161	.7434	.8594
6.4333	3.0816	.7635	.8415

liability Coefficients

of Cases = 30.0 N of Items = 3
 hha = .8803

mmarize - Uji Validitas dan Reliabilitas Kredibilitas Perusahaan

Case Processing Summary^a

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
1	30	100.0%	0	.0%	30	100.0%
2	30	100.0%	0	.0%	30	100.0%
3	30	100.0%	0	.0%	30	100.0%
4	30	100.0%	0	.0%	30	100.0%
5	30	100.0%	0	.0%	30	100.0%
6	30	100.0%	0	.0%	30	100.0%
7	30	100.0%	0	.0%	30	100.0%
8	30	100.0%	0	.0%	30	100.0%

a. Limited to first 100 cases.

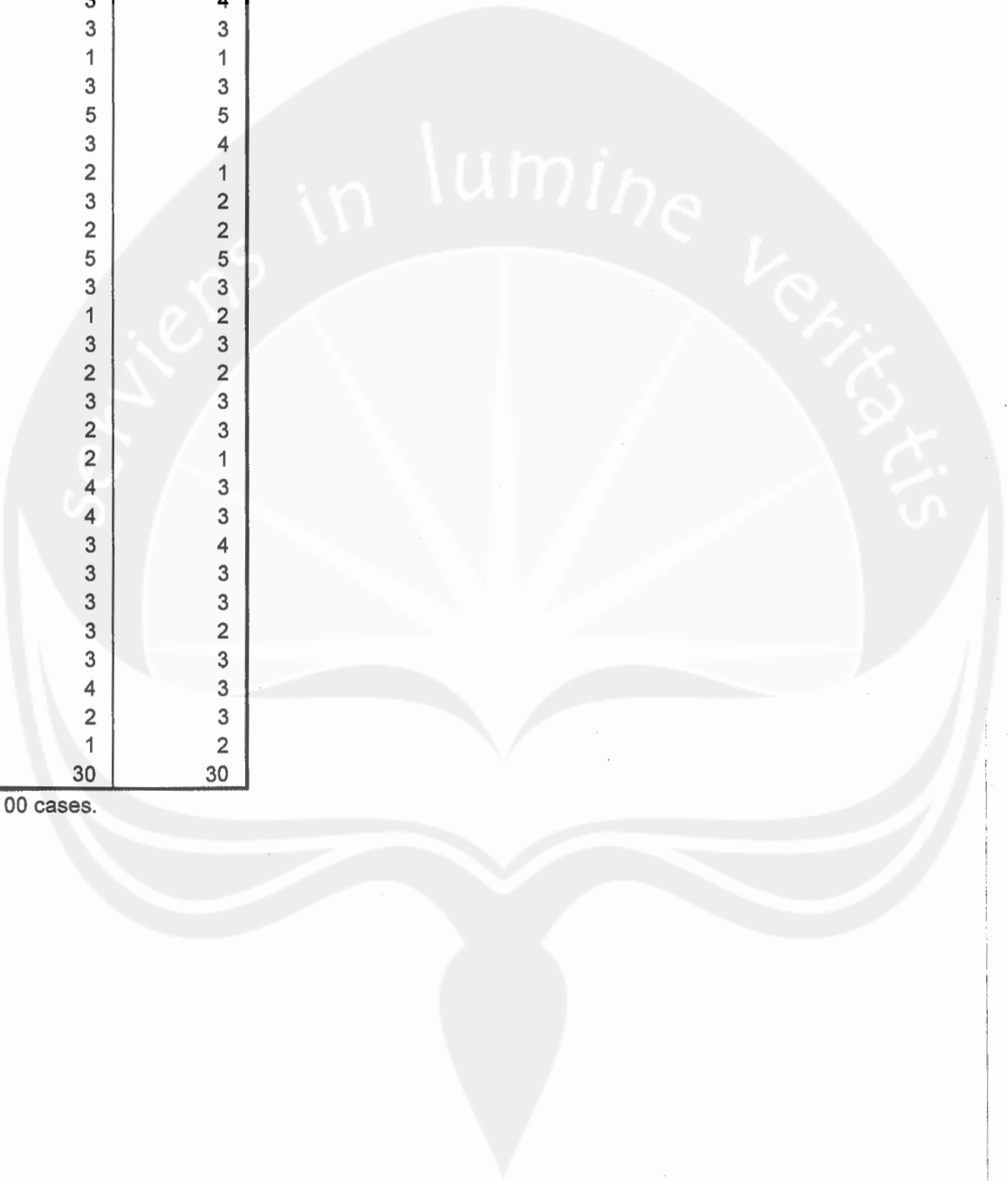
Case Summaries^a

	P1	P2	P3	P4	P5	P6
	5	5	3	4	4	3
	5	2	5	2	2	3
	5	3	3	3	4	5
	2	2	1	3	3	3
	2	3	4	3	3	4
	2	3	2	1	3	2
	4	3	4	2	2	3
	4	4	4	4	5	4
	2	3	2	4	3	4
0	2	3	3	4	2	4
1	3	3	3	2	3	3
2	1	1	2	1	2	3
3	5	4	5	4	3	4
4	2	5	5	3	4	4
5	1	1	3	4	1	2
6	2	2	4	2	2	4
7	4	4	4	4	4	4
8	3	3	4	4	4	3
9	2	4	4	4	3	4
10	2	3	3	3	3	1
11	2	3	4	4	4	4
12	4	4	4	4	3	3
13	5	5	4	4	5	3
14	2	4	4	3	3	3
15	3	4	3	4	3	4
16	2	4	3	4	4	3
17	3	3	4	3	5	5
18	4	4	4	3	5	5
19	4	3	4	4	4	3
20	3	4	3	3	2	2
21	3	4	3	3	2	2
22	4	4	4	4	3	3
23	5	5	4	4	5	3
24	2	4	4	3	3	3
25	3	4	3	4	3	4
26	2	4	3	4	4	3
27	3	3	4	3	5	5
28	4	4	4	3	5	5
29	4	3	4	4	4	3
30	3	4	3	3	2	2
Total	N	30	30	30	30	30

Case Summaries^a

	P7	P8
	4	3
	4	2
	2	3
	3	4
	3	3
	1	1
	3	3
	5	5
	3	4
0	2	1
1	3	2
2	2	2
3	5	5
4	3	3
5	1	2
6	3	3
7	2	2
8	3	3
9	2	3
10	2	1
11	4	3
12	4	3
13	3	4
14	3	3
15	3	3
16	3	2
17	3	3
18	4	3
19	2	3
20	1	2
Total	30	30
N		

a. Limited to first 100 cases.



liability

**** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ****

E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

	Mean	Std Dev	Cases
. P1	3.0000	1.2594	30.0
. P2	3.3000	1.0222	30.0
. P3	3.5000	.9377	30.0
. P4	3.2333	.9353	30.0
. P5	3.2667	1.0483	30.0
. P6	3.4000	.9322	30.0
. P7	2.8667	1.0417	30.0
. P8	2.8000	.9965	30.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	25.3667	30.3092	5.5054	8

m-total Statistics

Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
22.3667	22.1713	.5524	.8065
22.0667	23.5126	.5802	.8002
21.8667	24.8782	.4866	.8125
22.1333	25.4299	.4245	.8200
22.1000	22.9897	.6188	.7946
21.9667	25.0678	.4684	.8147
22.5000	22.8103	.6446	.7909
22.5667	23.4264	.6105	.7962

liability Coefficients

of Cases = 30.0 N of Items = 8
 pha = .8250

mmarize - Uji Validitas dan Reliabilitas Kredibilitas Pembaw Iklan

Case Processing Summary^a

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
1	30	100.0%	0	.0%	30	100.0%
2	30	100.0%	0	.0%	30	100.0%
3	30	100.0%	0	.0%	30	100.0%
4	30	100.0%	0	.0%	30	100.0%
5	30	100.0%	0	.0%	30	100.0%

a. Limited to first 100 cases.

Case Summaries^a

	P1	P2	P3	P4	P5
	3	4	3	2	4
	4	3	2	4	2
	3	2	3	3	4
	2	1	2	3	3
	2	3	2	4	3
	3	2	3	2	3
	3	3	2	3	2
	5	2	3	3	5
	3	3	2	3	3
0	4	2	3	2	2
1	2	3	3	4	3
2	1	3	2	3	2
3	3	3	5	4	3
4	2	3	3	3	4
5	3	2	2	1	1
6	2	2	3	3	2
7	3	3	3	4	4
8	3	2	2	3	4
9	3	3	3	3	3
10	3	2	2	1	3
11	3	4	3	3	4
12	4	4	4	4	3
13	4	4	3	4	5
14	4	3	3	3	3
15	4	3	4	3	3
16	4	3	4	2	4
17	5	5	4	3	5
18	3	5	2	5	5
19	5	4	4	5	4
20	3	3	3	2	2
Total N	30	30	30	30	30

a. Limited to first 100 cases.

iability

**** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ****

ELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

	Mean	Std Dev	Cases
. P1	3.2000	.9613	30.0
. P2	2.9667	.9279	30.0
. P3	2.9000	.8030	30.0
. P4	3.0667	.9803	30.0
. P5	3.2667	1.0483	30.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	15.4000	10.5931	3.2547	5

m-total Statistics

Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
12.2000	7.4069	.4323	.6915
12.4333	6.8747	.5873	.6295
12.5000	7.9828	.4332	.6911
12.3333	7.4713	.4032	.7036
12.1333	6.5333	.5525	.6413

iability Coefficients

f Cases = 30.0 N of Items = 5
 ha = .7202

mmarize - Distribusi skor Sikap terhadap Iklan (Y)

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
1	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
2	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
3	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%

Case Summaries

	P1	P2	P3	Y
	2	4	5	11
	4	4	5	13
	4	3	2	9
	4	4	2	10
	3	1	4	8
	3	5	4	12
	4	5	5	14
	4	4	5	13
	3	4	4	11
0	3	4	3	10
1	5	4	4	13
2	3	5	4	12
3	3	2	3	8
4	3	1	3	7
5	4	3	5	12
6	5	4	3	12
7	4	5	3	12
8	4	4	5	13
9	4	5	5	14
0	5	4	3	12
1	4	3	3	10
2	4	5	4	13
3	5	4	3	12
4	3	4	4	11
5	5	4	5	14
6	4	5	5	14
7	5	4	4	13
8	4	5	3	12
9	4	3	4	11
0	2	5	3	10
1	4	3	2	9
2	3	2	4	9
3	2	2	3	7
4	2	2	4	8
5	3	3	3	9
6	4	3	5	12

Case Summaries

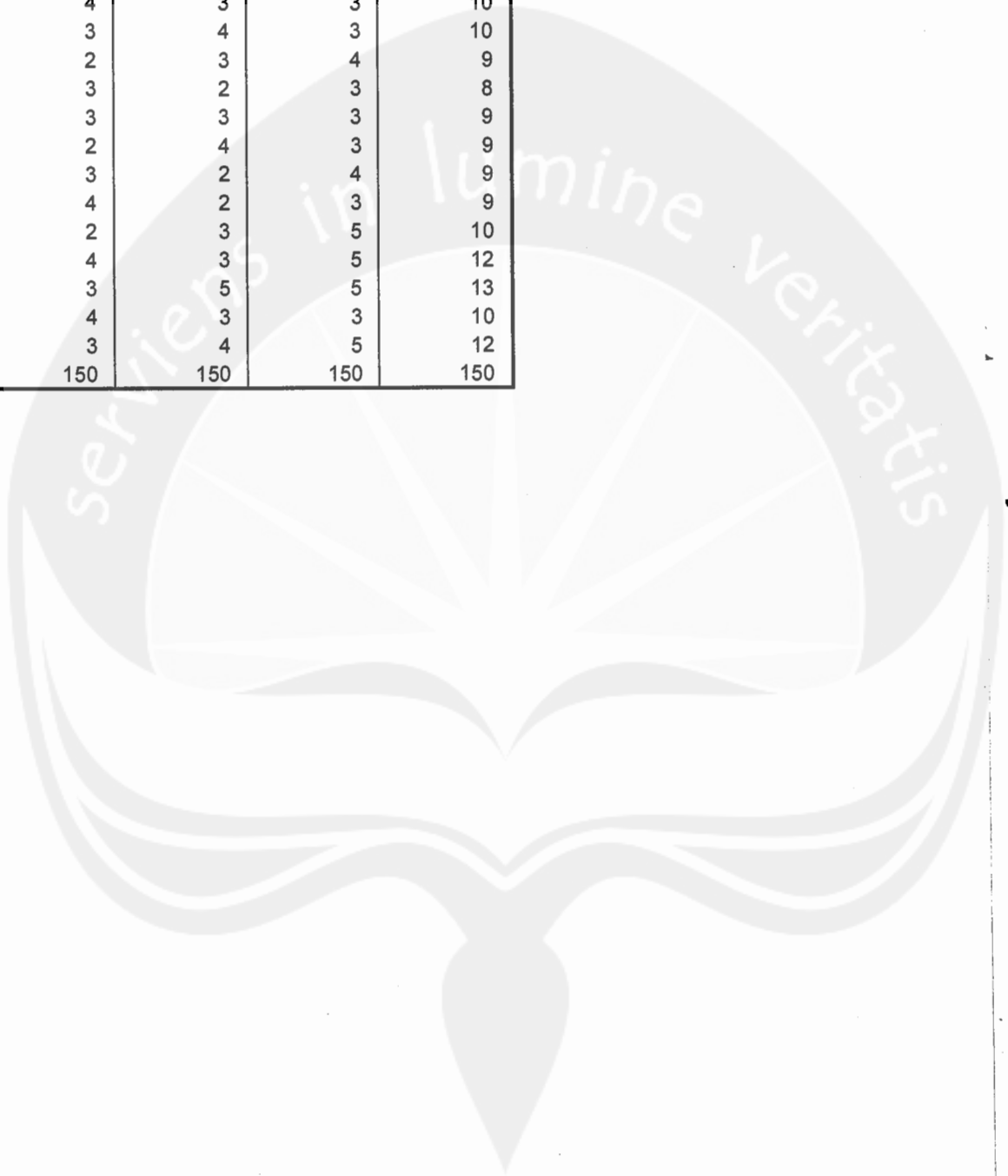
	P1	P2	P3	Y
7	4	4	3	11
8	2	4	4	10
9	4	5	3	12
0	5	3	5	13
1	5	3	4	12
2	2	4	4	10
3	3	5	3	11
4	4	5	5	14
5	5	3	4	12
6	4	5	4	13
7	5	4	3	12
8	4	3	3	10
9	3	5	4	12
0	3	5	3	11
1	5	4	5	14
2	5	5	4	14
3	4	4	5	13
4	3	5	4	12
5	4	3	4	11
6	3	3	4	10
7	3	3	4	10
8	4	4	4	12
9	5	4	4	13
0	4	5	5	14
1	5	5	4	14
2	4	3	5	12
3	4	4	5	13
4	3	5	4	12
5	4	5	5	14
6	3	5	4	12
7	3	5	5	13
8	4	3	5	12
9	4	5	4	13
0	5	5	4	14
1	3	3	5	11
2	5	5	3	13
3	4	5	3	12
4	3	4	3	10
5	4	4	2	10
6	3	2	4	9
7	2	2	4	8
8	4	3	2	9
9	2	3	4	9
30	3	2	2	7
31	4	2	3	9
32	2	3	4	9
33	3	4	3	10
34	4	3	3	10
35	4	3	4	11

Case Summaries

	P1	P2	P3	Y
5	3	3	4	10
7	4	4	5	13
3	5	3	4	12
3	3	4	2	9
0	4	5	3	12
1	4	3	4	11
2	4	2	4	10
3	2	4	4	10
4	4	5	4	13
5	5	4	3	12
6	3	4	5	12
7	5	5	4	14
8	5	5	4	14
9	5	4	4	13
00	4	5	3	12
01	4	3	4	11
02	3	3	4	10
03	4	2	4	10
04	4	3	5	12
05	4	5	4	13
06	5	4	5	14
07	5	5	4	14
08	3	4	5	12
09	4	5	4	13
10	3	4	5	12
11	5	5	4	14
12	4	3	5	12
13	4	5	4	13
14	4	3	5	12
15	3	5	5	13
16	4	5	5	14
17	4	4	3	11
18	4	4	5	13
19	4	3	5	12
20	3	4	3	10
21	4	3	3	10
22	3	3	3	9
23	3	2	3	8
24	4	3	2	9
25	2	3	4	9
26	2	2	3	7
27	3	2	4	9
28	2	4	3	9
29	3	3	4	10
30	3	4	3	10
31	5	3	3	11
32	4	4	2	10
33	5	4	4	13
34	3	5	4	12

Case Summaries

	P1	P2	P3	Y
35	2	3	4	9
36	3	5	4	12
37	3	3	5	11
38	4	3	3	10
39	3	4	3	10
40	2	3	4	9
41	3	2	3	8
42	3	3	3	9
43	2	4	3	9
44	3	2	4	9
45	4	2	3	9
46	2	3	5	10
47	4	3	5	12
48	3	5	5	13
49	4	3	3	10
50	3	4	5	12
total N	150	150	150	150



frequencies

Statistics

	P1	P2	P3
Valid	150	150	150
Missing	0	0	0
Mean	3.64	3.73	3.85
Std. Deviation	.900	1.029	.873
Variance	.809	1.059	.762
Range	3	4	3
Minimum	2	1	2
Maximum	5	5	5

Frequency Table

P1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	17	11.3	11.3	11.3
3	46	30.7	30.7	42.0
4	61	40.7	40.7	82.7
5	26	17.3	17.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	

P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	1.3	1.3	1.3
2	16	10.7	10.7	12.0
3	45	30.0	30.0	42.0
4	45	30.0	30.0	72.0
5	42	28.0	28.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

P3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	9	6.0	6.0	6.0
3	43	28.7	28.7	34.7
4	60	40.0	40.0	74.7
5	38	25.3	25.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	

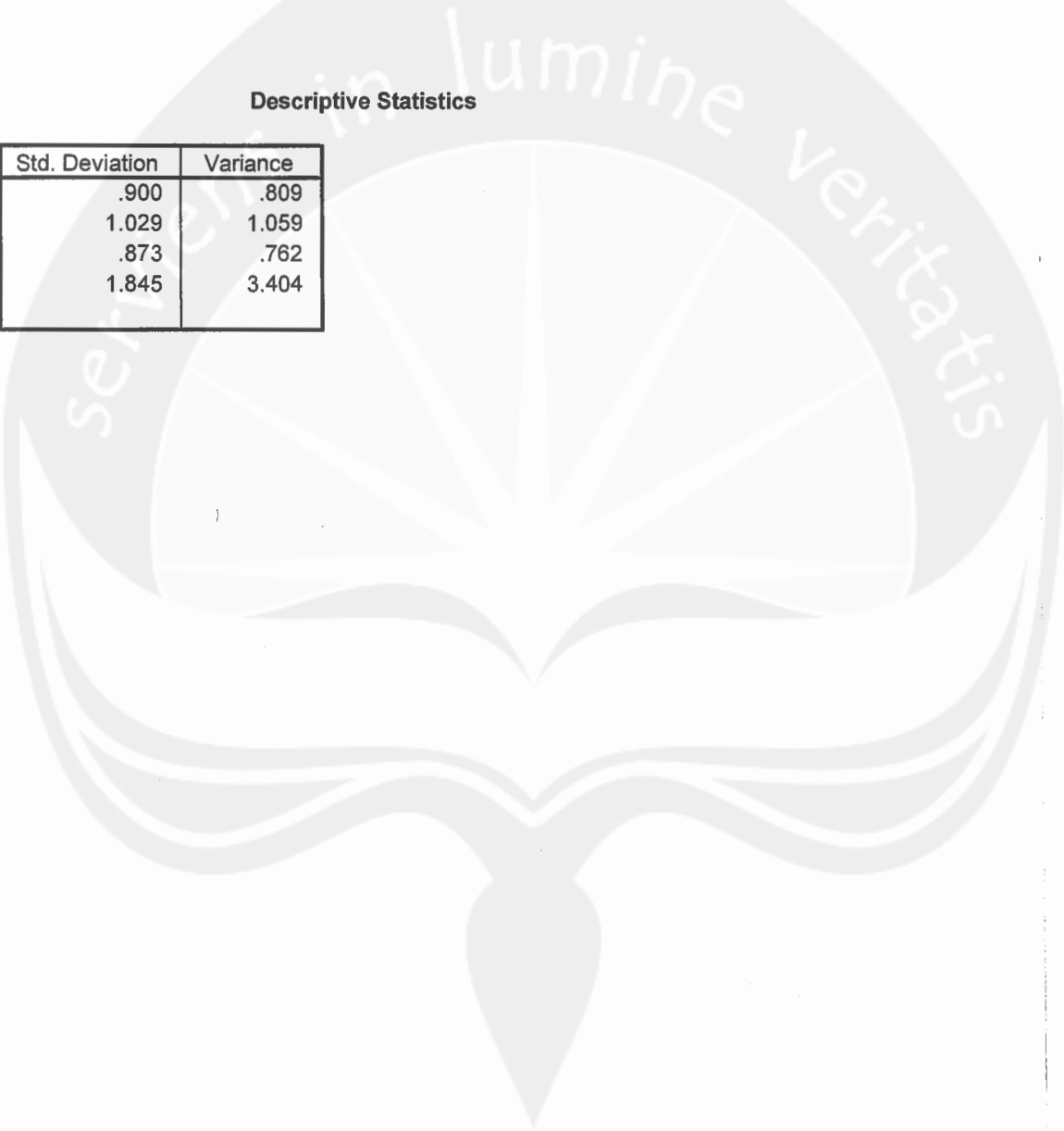
scriptives

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean
1	150	3	2	5	546	3.64
2	150	4	1	5	559	3.73
3	150	3	2	5	577	3.85
	150	7	7	14	1682	11.21
Valid N (listwise)	150					

Descriptive Statistics

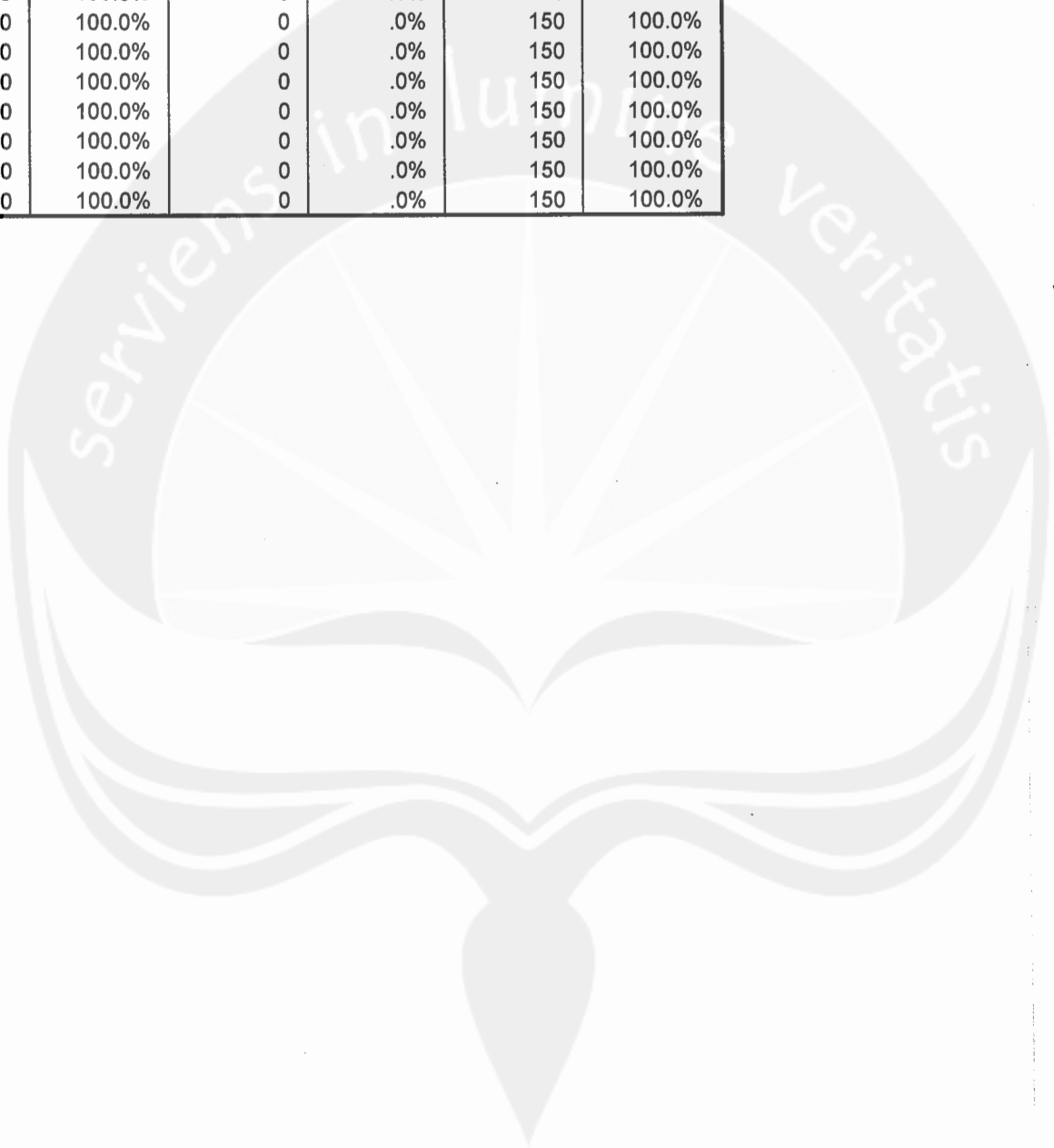
	Std. Deviation	Variance
1	.900	.809
2	1.029	1.059
3	.873	.762
	1.845	3.404
Valid N (listwise)		



Summary - Distribusi skor Kredibilitas Perusahaan

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
1	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
2	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
3	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
4	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
5	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
6	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
7	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
8	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
1	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%



Case Summaries

	P1	P2	P3	P4	P5	P6
	4	3	2	4	4	4
	3	5	4	5	4	4
	2	3	3	4	4	2
	1	2	2	3	3	4
	3	2	4	2	3	2
	2	3	2	4	4	5
	3	2	3	2	3	2
	2	3	3	5	4	4
	3	3	2	2	4	4
	2	3	4	3	4	4
	3	3	4	3	4	5
	3	2	3	2	5	5
	2	2	4	2	4	2
	3	3	3	2	2	3
	2	2	5	5	3	3
	3	3	3	5	4	3
	3	3	4	4	4	4
	5	4	3	4	3	4
	3	3	3	3	4	2
	4	5	3	4	4	3
	4	3	4	4	3	2
	4	5	5	3	4	5
	4	4	4	2	2	3
	3	3	3	3	4	3
	5	4	3	5	4	3
	3	4	2	4	5	4
	5	4	3	5	4	3
	5	2	5	5	2	5
	4	2	5	4	3	2
	3	3	5	3	2	4
	3	2	3	4	3	2
	3	2	3	2	2	3
	3	3	2	2	2	3
	2	3	2	3	2	4
	2	3	3	2	3	3
	3	4	3	4	5	2
	2	3	2	3	4	4
	4	3	2	4	2	2
	2	3	3	4	5	4
	3	2	3	2	3	5
	2	5	2	4	3	5
	3	3	2	3	2	2
	5	4	3	4	3	2
	3	3	4	4	3	5
	2	3	5	2	5	2
	3	3	2	4	3	3
	3	4	4	4	2	4
	2	3	4	3	3	3
	3	4	3	4	4	3

Case Summaries

	P1	P2	P3	P4	P5	P6
0	2	5	5	4	2	4
1	4	5	4	4	4	3
2	4	2	3	3	5	3
3	3	4	5	3	4	4
4	3	3	5	3	3	3
5	3	3	3	2	3	5
6	4	2	4	4	2	5
7	4	3	4	2	3	3
8	2	5	5	5	4	3
9	4	4	4	3	4	3
0	4	4	3	3	4	2
1	5	5	4	3	4	4
2	2	3	4	3	5	3
3	4	2	3	4	5	3
4	3	3	5	4	5	2
5	3	2	3	3	4	2
6	3	4	3	5	5	3
7	2	3	4	5	5	5
8	5	4	4	2	4	4
9	5	4	5	2	2	3
0	2	4	2	5	2	3
1	3	3	3	3	2	4
2	5	3	5	2	5	4
3	3	4	5	3	5	4
4	4	4	3	3	2	3
5	4	3	3	2	3	4
6	2	4	2	2	2	2
7	3	4	2	2	3	4
8	2	3	2	3	2	3
9	3	2	3	2	2	4
0	3	4	2	3	2	3
1	4	3	4	3	2	3
2	3	3	4	3	4	2
3	2	3	3	2	5	2
4	3	3	3	3	2	4
5	5	4	5	2	2	4
6	4	3	3	3	2	4
7	2	3	3	3	2	3
8	3	5	4	3	4	4
9	4	3	2	3	4	3
0	5	4	3	2	3	4
1	4	3	4	4	2	4
2	4	4	2	3	2	4
3	2	2	3	5	3	5
4	3	3	4	5	2	2
5	4	3	3	4	3	5
6	2	4	4	4	3	3
7	5	5	3	4	3	5
8	2	4	5	4	2	2

Case Summaries

	P1	P2	P3	P4	P5	P6
9	4	4	4	5	3	3
10	4	5	3	5	4	3
11	3	3	4	3	3	4
12	3	2	3	3	4	3
13	4	4	3	3	4	2
14	4	3	3	2	5	3
15	4	5	2	5	4	3
16	4	3	3	5	5	4
17	4	4	4	4	4	4
18	3	5	3	3	4	4
19	4	2	3	4	4	2
20	1	2	4	2	5	5
21	4	4	5	3	5	3
22	3	4	3	4	4	4
23	3	2	3	2	2	4
24	3	3	3	3	4	4
25	4	5	3	5	5	3
26	4	3	4	4	2	4
27	5	3	3	3	3	3
28	3	2	3	2	4	2
29	3	2	3	3	3	5
30	2	1	2	3	4	4
31	3	4	4	2	4	3
32	2	1	2	3	3	5
33	3	2	3	3	4	3
34	2	2	3	3	3	3
35	3	2	2	3	3	3
36	3	3	2	3	3	2
37	1	2	3	4	2	5
38	3	3	4	2	4	2
39	2	3	4	4	3	2
40	3	3	3	3	4	3
41	2	3	2	4	4	3
42	2	2	4	2	3	2
43	4	5	5	3	4	2
44	4	3	4	2	4	3
45	2	4	2	2	3	3
46	4	3	2	4	4	3
47	2	2	3	4	3	5
48	3	4	4	2	3	4
49	3	3	3	3	3	4
50	2	3	2	4	2	4
51	4	3	2	3	3	2
52	1	2	2	3	4	4
53	3	3	3	2	3	3
54	2	4	2	3	3	2
55	2	3	3	3	4	2
56	3	3	4	2	3	4
57	5	5	4	4	2	3

Case Summaries

	P1	P2	P3	P4	P5	P6
48	3	3	4	5	5	3
49	2	4	3	2	2	4
50	5	2	4	4	4	3
total N	150	150	150	150	150	150
Mean	3.15	3.22	3.30	3.28	3.38	3.35
Minimum	1	1	2	2	2	2
Maximum	5	5	5	5	5	5
Std. Deviation	.992	.940	.932	.977	.988	.955



Case Summaries

	P7	P8	X1
	3	3	27
	4	1	30
	3	5	26
	5	5	25
	3	3	22
	4	5	29
	3	4	22
	5	4	30
	4	5	27
0	2	3	25
1	4	5	31
2	4	5	29
3	2	3	21
4	3	2	21
5	4	5	29
6	3	5	29
7	3	4	29
8	5	3	31
9	3	4	25
0	2	4	29
1	3	2	25
2	2	2	30
3	5	5	29
4	3	5	27
5	5	3	32
6	5	5	32
7	3	3	30
8	3	2	29
9	3	4	27
0	2	3	25
1	4	2	23
2	5	3	23
3	2	3	20
4	2	4	22
5	2	2	20
6	5	3	29
7	5	4	27
8	4	4	25
9	5	3	29
0	4	3	25
1	4	4	29
2	5	5	25
3	2	4	27
4	5	5	32
5	5	5	29
6	4	4	26
7	4	4	29
8	3	4	25
9	4	4	29

Case Summaries

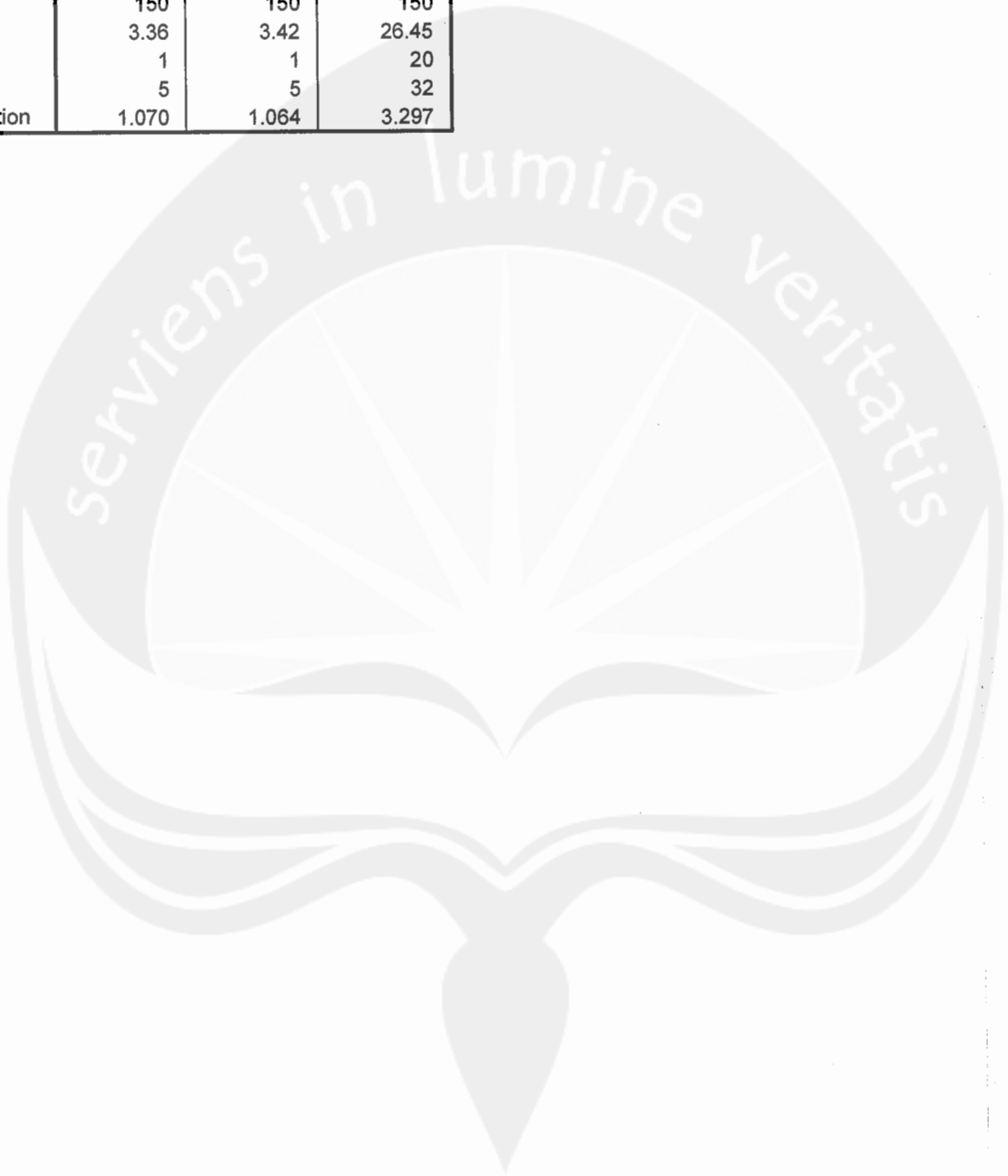
	P7	P8	X1
0	2	3	27
1	5	3	32
2	3	3	26
3	3	3	29
4	5	4	29
5	3	5	27
6	2	2	25
7	3	3	25
8	3	2	29
9	4	4	30
0	3	3	26
1	3	4	32
2	4	5	29
3	4	5	30
4	4	3	29
5	2	5	24
6	3	3	29
7	5	3	32
8	2	4	29
9	4	5	30
0	3	2	23
1	5	4	27
2	3	3	30
3	3	2	29
4	2	4	25
5	4	2	25
6	4	2	20
7	2	4	24
8	3	2	20
9	2	2	20
0	3	3	23
1	2	2	23
2	3	2	24
3	4	4	25
4	4	3	25
5	3	2	27
6	3	3	25
7	3	2	21
8	2	4	29
9	2	2	23
0	4	4	29
1	3	3	27
2	4	2	25
3	2	3	25
4	3	3	25
5	2	5	29
6	5	4	29
7	3	4	32
8	2	1	22

Case Summaries

	P7	P8	X1
9	4	3	30
00	2	3	29
01	3	4	27
02	3	4	25
03	2	3	25
04	5	4	29
05	4	3	30
06	3	5	32
07	3	5	32
08	3	4	29
09	2	3	24
10	5	5	29
11	4	4	32
12	4	3	29
13	3	4	23
14	5	4	29
15	3	2	30
16	2	2	25
17	2	5	27
18	3	3	22
19	5	5	29
20	4	5	25
21	3	2	25
22	5	3	24
23	2	2	22
24	4	3	23
25	3	4	23
26	1	3	20
27	3	2	22
28	3	2	23
29	5	2	25
30	2	4	25
31	5	4	27
32	5	5	25
33	4	3	30
34	5	4	29
35	2	2	20
36	4	5	29
37	5	3	27
38	3	2	25
39	2	4	25
40	2	4	23
41	2	3	22
42	3	4	23
43	2	2	21
44	4	3	23
45	1	2	20
46	3	3	25
47	4	2	29

Case Summaries

	P7	P8	X1
18	4	3	30
19	4	4	25
50	3	4	29
Total			
N	150	150	150
Mean	3.36	3.42	26.45
Minimum	1	1	20
Maximum	5	5	32
Std. Deviation	1.070	1.064	3.297



frequencies

Statistics

	P1	P2	P3	P4	P5	P6
Valid	150	150	150	150	150	150
Missing	0	0	0	0	0	0

Statistics

	P7	P8
Valid	150	150
Missing	0	0

Frequency Table

P1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	2.7	2.7	2.7
2	37	24.7	24.7	27.3
3	57	38.0	38.0	65.3
4	37	24.7	24.7	90.0
5	15	10.0	10.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	1.3	1.3	1.3
2	31	20.7	20.7	22.0
3	65	43.3	43.3	65.3
4	36	24.0	24.0	89.3
5	16	10.7	10.7	100.0
Total	150	100.0	100.0	

P3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	31	20.7	20.7	20.7
3	61	40.7	40.7	61.3
4	40	26.7	26.7	88.0
5	18	12.0	12.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

P4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	37	24.7	24.7	24.7
3	53	35.3	35.3	60.0
4	41	27.3	27.3	87.3
5	19	12.7	12.7	100.0
Total	150	100.0	100.0	

P5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	35	23.3	23.3	23.3
3	43	28.7	28.7	52.0
4	52	34.7	34.7	86.7
5	20	13.3	13.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	

P6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	32	21.3	21.3	21.3
3	53	35.3	35.3	56.7
4	46	30.7	30.7	87.3
5	19	12.7	12.7	100.0
Total	150	100.0	100.0	

P7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	1.3	1.3	1.3
2	34	22.7	22.7	24.0
3	50	33.3	33.3	57.3
4	36	24.0	24.0	81.3
5	28	18.7	18.7	100.0
Total	150	100.0	100.0	

P8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	1.3	1.3	1.3
2	32	21.3	21.3	22.7
3	45	30.0	30.0	52.7
4	43	28.7	28.7	81.3
5	28	18.7	18.7	100.0
Total	150	100.0	100.0	

Summary - Distribusi skor Kredibilitas Pembawa Iklan

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
1	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
2	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
3	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
4	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
5	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
TOTAL	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%

Case Summaries

	P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
	3	2	2	4	3	14
	4	3	4	3	2	16
	2	1	3	4	2	12
	3	4	2	1	2	12
	2	3	2	2	1	10
	3	4	2	2	4	15
	3	2	4	3	3	15
	3	2	2	3	2	12
	2	4	2	4	2	14
0	1	2	3	2	4	12
1	2	4	2	2	4	14
2	3	2	2	4	4	15
3	2	2	1	2	3	10
4	1	3	1	4	3	12
5	2	5	3	2	3	15
6	3	3	4	1	4	15
7	3	2	3	4	3	15
8	2	4	2	3	2	13
9	3	2	4	3	3	15
10	4	2	4	2	3	15
11	3	3	2	2	2	12
12	5	2	5	2	2	16
13	2	4	3	2	4	15
14	2	4	1	3	4	14
15	4	4	4	2	4	18
16	4	3	4	4	3	18
17	2	3	4	3	4	16
18	3	2	4	2	4	15
19	2	4	3	2	3	14
20	2	4	2	2	2	12
21	2	1	3	2	3	11
22	1	4	1	3	2	11
23	2	2	1	2	2	9
24	2	3	2	1	2	10

Case Summaries

	P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
5	1	3	1	3	3	11
6	4	2	4	2	3	15
7	3	2	3	4	2	14
8	1	2	3	2	4	12
9	2	4	2	4	3	15
0	2	3	2	3	2	12
1	1	4	2	4	4	15
2	2	1	4	3	2	12
3	2	3	2	3	4	14
4	1	2	4	2	1	10
5	3	3	4	2	3	15
6	3	3	2	4	4	16
7	3	3	4	2	3	15
8	2	3	2	3	2	12
9	3	4	2	4	2	15
0	2	3	3	3	3	14
1	3	4	4	3	4	18
2	4	3	3	4	4	18
3	4	4	2	4	2	16
4	1	4	2	4	4	15
5	1	2	3	4	4	14
6	2	3	4	1	2	12
7	3	2	3	1	3	12
8	2	3	4	3	3	15
9	3	3	5	3	2	16
0	2	4	2	3	3	14
1	5	3	4	2	4	18
2	2	4	2	4	3	15
3	4	4	2	3	3	16
4	3	3	2	3	4	15
5	4	4	2	2	3	15
6	3	3	4	2	3	15
7	2	4	2	3	2	13
8	2	4	2	4	3	15
9	4	4	2	3	3	16
0	2	3	3	2	2	12
1	2	4	2	2	4	14
2	3	2	2	3	3	13
3	3	4	2	2	4	15
4	2	4	2	2	2	12
5	2	2	4	2	2	12
6	1	2	3	2	3	11
7	1	2	2	3	2	10
8	2	2	1	3	1	9
9	1	2	1	3	2	9
0	2	2	1	2	2	9
1	1	3	2	4	1	11
2	2	4	1	4	1	12
3	1	4	1	4	2	12

Case Summaries

	P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
1	2	2	3	2	3	12
5	2	4	2	4	2	14
3	2	4	2	2	2	12
7	2	1	2	2	5	12
3	4	3	2	4	2	15
9	2	2	1	3	2	10
0	1	2	4	3	4	14
1	2	3	2	4	2	13
2	2	3	1	3	3	12
3	2	1	3	2	4	12
4	3	4	3	3	3	16
5	1	3	4	2	4	14
3	4	3	2	3	2	14
7	2	4	3	4	4	17
8	4	4	3	4	2	17
9	4	3	2	3	4	16
00	2	4	4	2	2	14
01	2	3	2	4	2	13
02	1	2	3	2	4	12
03	2	2	1	4	3	12
04	4	1	4	1	4	14
05	3	4	2	4	3	16
06	4	4	3	4	2	17
07	3	1	4	3	4	15
08	2	2	4	2	4	14
09	2	4	3	4	3	16
10	4	2	4	2	2	14
11	3	4	4	2	4	17
12	2	2	2	4	4	14
13	4	2	4	2	4	16
14	2	4	4	2	2	14
15	4	2	4	4	2	16
16	4	3	2	4	4	17
17	3	2	3	2	3	13
18	3	4	1	4	4	16
19	3	4	3	2	2	14
20	2	1	2	4	3	12
21	2	4	1	4	1	12
22	4	4	2	1	2	13
23	4	1	2	1	4	12
24	3	1	2	1	3	10
25	4	2	1	3	2	12
26	1	2	1	2	2	8
27	4	2	2	1	2	11
28	2	3	1	3	3	12
29	1	4	1	4	2	12
30	2	1	4	2	3	12
31	3	3	4	1	2	13
32	1	2	3	2	4	12

Case Summaries

	P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
3	4	1	4	4	3	16
4	3	4	2	4	1	14
5	2	3	1	4	1	11
6	2	4	2	4	2	14
7	1	3	1	4	4	13
8	2	3	2	3	2	12
9	3	3	2	2	2	12
10	3	1	3	2	2	11
11	2	1	4	1	1	9
12	3	2	3	2	2	12
13	2	1	3	1	2	9
14	4	2	2	2	1	11
15	2	2	2	1	2	9
16	1	3	3	1	4	12
17	2	3	1	4	4	14
18	4	4	3	2	3	16
19	2	2	2	4	2	12
20	3	4	2	3	2	14
total N	150	150	150	150	150	150

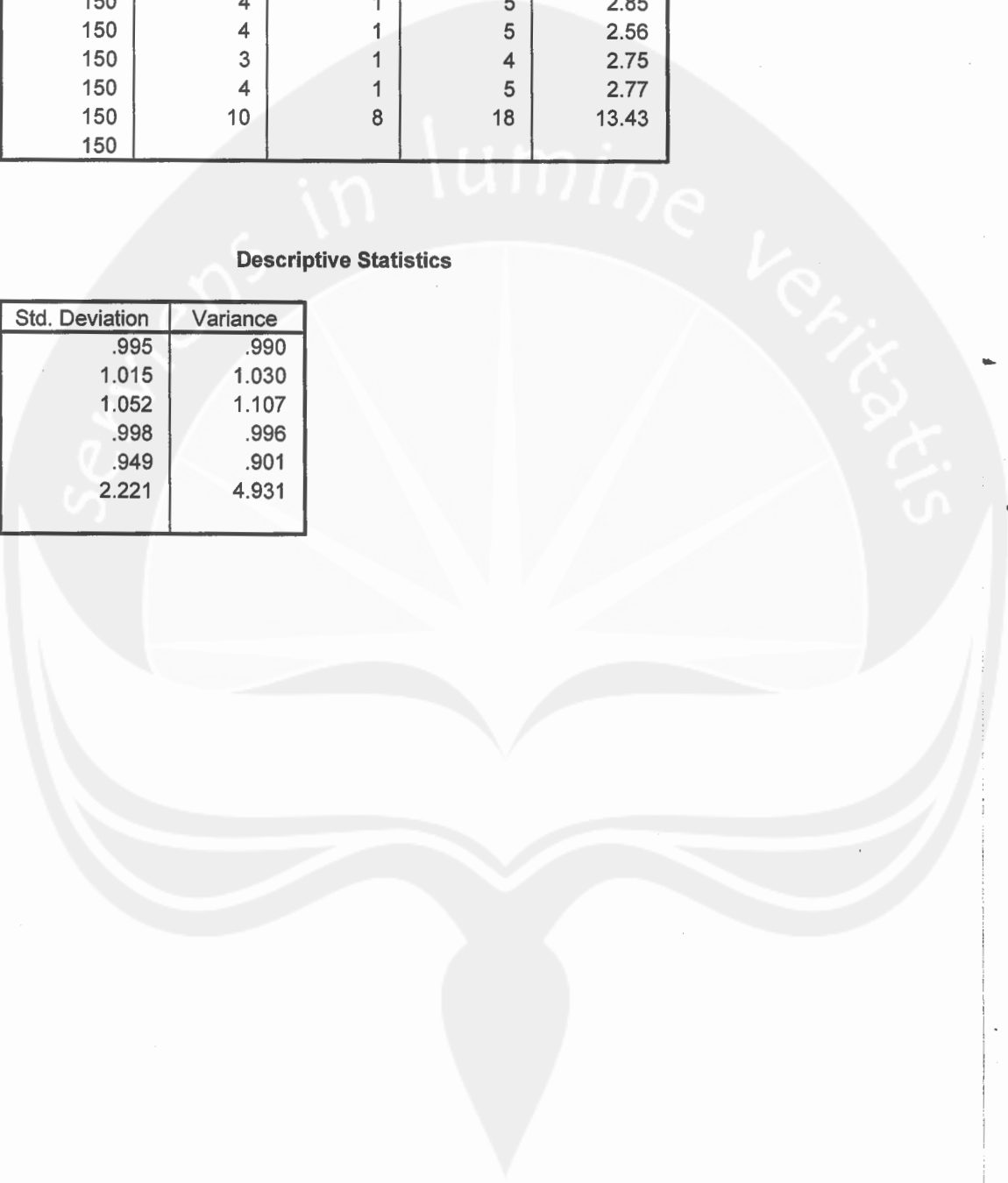
scriptives

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean
1	150	4	1	5	2.50
2	150	4	1	5	2.85
3	150	4	1	5	2.56
4	150	3	1	4	2.75
5	150	4	1	5	2.77
OTAL	150	10	8	18	13.43
alid N (listwise)	150				

Descriptive Statistics

	Std. Deviation	Variance
1	.995	.990
2	1.015	1.030
3	1.052	1.107
4	.998	.996
5	.949	.901
OTAL	2.221	4.931
alid N (listwise)		



nmarize - Data Analisis Regresi

Case Processing Summary

	Cases	
	Included	
	N	Percent
Sikap terhadap Iklan	150	100.0%
1 Kredibilitas Perusahaan	150	100.0%
2 Kredibilitas Pembawa Iklan	150	100.0%

Case Processing Summary

	Cases			
	Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent
Sikap terhadap Iklan	0	.0%	150	100.0%
1 Kredibilitas Perusahaan	0	.0%	150	100.0%
2 Kredibilitas Pembawa Iklan	0	.0%	150	100.0%

Case Summaries

	Y Sikap terhadap Iklan	X1 Kredibilitas Perusahaan	X2 Kredibilitas Pembawa Iklan
	11	27	14
	13	30	16
	9	26	12
	10	25	12
	8	22	10
	12	29	15
	14	22	15
	13	30	12
	11	27	14
0	10	25	12
1	13	31	14
2	12	29	15
3	8	21	10
4	7	21	12
5	12	29	15
6	12	29	15
7	12	29	15
8	13	31	13
9	14	25	15
0	12	29	15
1	10	25	12
2	13	30	16
3	12	29	15
4	11	27	14

Case Summaries

	Y Sikap terhadap Iklan	X1 Kredibilitas Perusahaan	X2 Kredibilitas Pembawa Iklan
	14	32	18
	14	32	18
	13	30	16
	12	29	15
	11	27	14
	10	25	12
	9	23	11
	9	23	11
	7	20	9
	8	22	10
	9	20	11
	12	29	15
	11	27	14
	10	25	12
	12	29	15
	13	25	12
	12	29	15
	10	25	12
	11	27	14
	14	32	10
	12	29	15
	13	26	16
	12	29	15
	10	25	12
	12	29	15
	11	27	14
	14	32	18
	14	26	18
	13	29	16
	12	29	15
	11	27	14
	10	25	12
	10	25	12
	12	29	15
	13	30	16
	14	26	14
	14	32	18
	12	29	15
	13	30	16
	12	29	15
	14	24	15
	12	29	15
	13	32	13
	12	29	15
	13	30	16
	14	23	12
	11	27	14

Case Summaries

	Y Sikap terhadap Iklan	X1 Kredibilitas Perusahaan	X2 Kredibilitas Pembawa Iklan
	13	30	13
	12	29	15
	10	25	12
	10	25	12
	9	20	11
	8	24	10
	9	20	9
	9	20	9
	7	23	9
	9	23	11
	9	24	12
	10	25	12
	10	25	12
	11	27	14
	10	25	12
	13	21	12
	12	29	15
	9	23	10
	12	29	14
	11	27	13
	10	25	12
	10	25	12
	13	25	16
	12	29	14
	12	29	14
	14	32	17
	14	22	17
	13	30	16
00	12	29	14
01	11	27	13
02	10	25	12
03	10	25	12
04	12	29	14
05	13	30	16
06	14	32	17
07	14	32	15
08	12	29	14
09	13	24	16
10	12	29	14
11	14	32	17
112	12	29	14
113	13	23	16
114	12	29	14
115	13	30	16
116	14	25	17
117	11	27	13
118	13	22	16

Case Summaries

	Y Sikap terhadap Iklan	X1 Kredibilitas Perusahaan	X2 Kredibilitas Pembawa Iklan
9	12	29	14
0	10	25	12
1	10	25	12
2	9	24	13
3	8	22	12
4	9	23	10
5	9	23	12
6	7	20	8
7	9	22	11
8	9	23	12
9	10	25	12
0	10	25	12
1	11	27	13
2	10	25	12
3	13	30	16
4	12	29	14
5	9	20	11
6	12	29	14
7	11	27	13
8	10	25	12
9	10	25	12
0	9	23	11
1	8	22	9
2	9	23	12
3	9	21	9
4	9	23	11
5	9	20	9
6	10	25	12
7	12	29	14
8	13	30	16
9	10	25	12
0	12	29	14
total N	150	150	150

ression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Sikap terhadap Iklan	11.21	1.845	150
Kredibilitas Perusahaan	26.45	3.297	150
Kredibilitas Pembawa Iklan	13.43	2.221	150

Correlations

		Y Sikap terhadap Iklan	X1 Kredibilitas Perusahaan	X2 Kredibilitas Pembawa Iklan
Pearson Correlation	Y Sikap terhadap Iklan	1.000	.722	.846
	X1 Kredibilitas Perusahaan	.722	1.000	.721
	X2 Kredibilitas Pembawa Iklan	.846	.721	1.000
Sig. (1-tailed)	Y Sikap terhadap Iklan	.	.000	.000
	X1 Kredibilitas Perusahaan	.000	.	.000
	X2 Kredibilitas Pembawa Iklan	.000	.000	.
		150	150	150
		150	150	150
		150	150	150

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X2 Kredibilitas Pembawa Iklan, X1 Kredibilitas Perusahaan		Enter

- a. All requested variables entered.
- b. Dependent Variable: Y Sikap terhadap Iklan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.861 ^a	.742	.738	.944

Model Summary^b

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
	.742	211.300	2	147	.000	2.029

a. Predictors: (Constant), X2 Kredibilitas Pembawa Iklan, X1 Kredibilitas Perusahaan

b. Dependent Variable: Y Sikap terhadap Iklan

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	376.284	2	188.142	211.300	.000 ^a
Residual	130.889	147	.890		
Total	507.173	149			

a. Predictors: (Constant), X2 Kredibilitas Pembawa Iklan, X1 Kredibilitas Perusahaan

b. Dependent Variable: Y Sikap terhadap Iklan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	.191	.626		.305
X1 Kredibilitas Perusahaan	.131	.034	.234	3.878
X2 Kredibilitas Pembawa Iklan	.562	.050	.677	11.202

Coefficients^a

Model	Sig.	95% Confidence Interval for B	
		Lower Bound	Upper Bound
(Constant)	.760	-1.046	1.428
X1 Kredibilitas Perusahaan	.000	.064	.198
X2 Kredibilitas Pembawa Iklan	.000	.463	.662



Coefficients^a

Model	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)					
X1 Kredibilitas Perusahaan	.722	.305	.163	.481	2.080
X2 Kredibilitas Pembawa Iklan	.846	.679	.469	.481	2.080

a. Dependent Variable: Y Sikap terhadap Iklan

Coefficient Correlations^a

Model		X2 Kredibilitas Pembawa Iklan	X1 Kredibilitas Perusahaan
Correlations	X2 Kredibilitas Pembawa Iklan	1.000	-.721
	X1 Kredibilitas Perusahaan	-.721	1.000
Covariances	X2 Kredibilitas Pembawa Iklan	.003	-.001
	X1 Kredibilitas Perusahaan	-.001	.001

a. Dependent Variable: Y Sikap terhadap Iklan

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	X1 Kredibilitas Perusahaan	X2 Kredibilitas Pembawa Iklan
1		2.982	1.000	.00	.00	.00
2		.013	14.932	.62	.00	.43
3		.005	24.812	.38	1.00	.57

a. Dependent Variable: Y Sikap terhadap Iklan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	7.31	14.51	11.21	1.589	150
Residual	-2.70	4.04	.00	.937	150
Std. Predicted Value	-2.453	2.077	.000	1.000	150
Std. Residual	-2.857	4.284	.000	.993	150

a. Dependent Variable: Y Sikap terhadap Iklan

KUESIONER

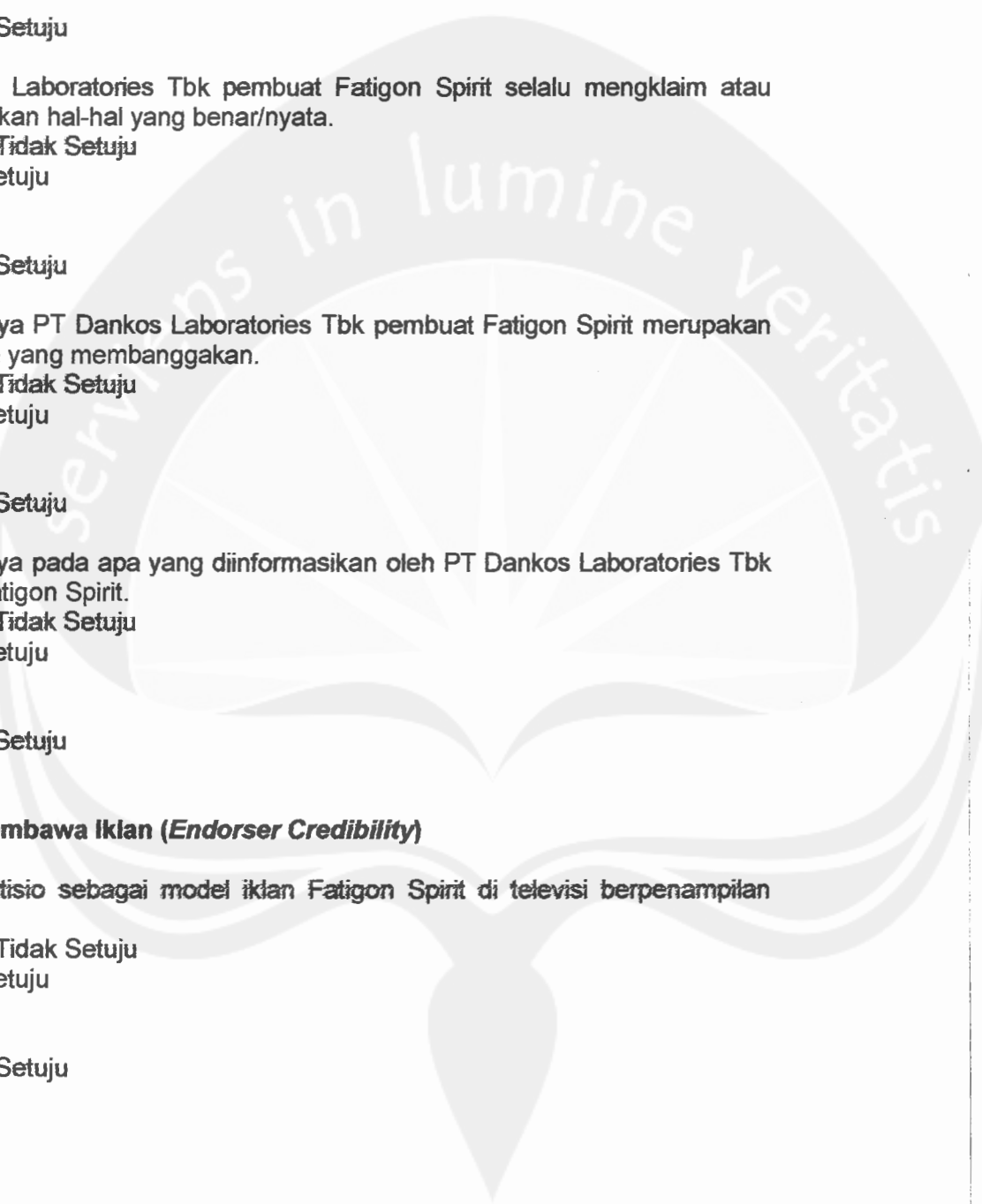
- No. Responden : _____
Jenis Kelamin : Pria / Wanita (coret yang tidak perlu)
Usia : _____ tahun
Pekerjaan : a. Pegawai Negeri
b. Karyawan Swasta
c. Wiraswasta
d. Pedagang
e. Mahasiswa/Pelajar
f. Lain-lain

Petunjuk Pengisian:

Berikan tanda silang pada huruf alternatif jawaban yang menurut Anda paling tepat dengan persepsi Anda.

Kredibilitas Perusahaan (*Corporate Credibility*)

1. PT Dankos Laboratories Tbk pembuat Fatigon Spirit merupakan perusahaan yang berpengalaman dalam pembuatan produk tersebut.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
2. PT Dankos Laboratories Tbk pembuat Fatigon Spirit merupakan perusahaan yang memiliki banyak pengalaman dalam pembuatan produk sejenis.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
3. PT Dankos Laboratories Tbk pembuat Fatigon Spirit merupakan perusahaan yang ahli dalam pembuatan produk tersebut.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
4. PT Dankos Laboratories Tbk pembuat Fatigon Spirit merupakan perusahaan memiliki keahlian dalam pembuatan produk sejenis.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju

- 
5. PT Dankos Laboratories Tbk pembuat Fatigon Spirit merupakan perusahaan yang jujur (tidak menipu konsumen)
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
 6. PT Dankos Laboratories Tbk pembuat Fatigon Spirit selalu mengklaim atau menyampaikan hal-hal yang benar/nyata.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
 7. Saya percaya PT Dankos Laboratories Tbk pembuat Fatigon Spirit merupakan perusahaan yang membanggakan.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
 8. Saya percaya pada apa yang diinformasikan oleh PT Dankos Laboratories Tbk pembuat Fatigon Spirit.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju

Kredibilitas Pembawa Iklan (*Endorser Credibility*)

1. Primus Yustisio sebagai model iklan Fatigon Spirit di televisi berpenampilan menarik
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
2. Primus Yustisio sebagai model iklan Fatigon Spirit di televisi sangat dapat dipercaya.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju

- c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
3. Primus Yustisio sebagai model iklan Fatigon Spirit di televisi sangat menjiwai.
- a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
4. Primus Yustisio sebagai model iklan Fatigon Spirit di televisi merupakan orang yang ahli.
- a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
5. Primus Yustisio sebagai model iklan Fatigon Spirit di televisi merupakan orang yang berpengalaman.
- a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju

Sikap terhadap Iklan Fatigon di Televisi (*Attitude to Ad*)

1. Fatigon Spirit yang diiklankan di televisi merupakan produk yang baik
- a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
2. Fatigon Spirit yang diiklankan di televisi merupakan produk yang disukai
- a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
3. Fatigon Spirit yang diiklankan di televisi merupakan produk yang memuaskan
- a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju