

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis persentase, disimpulkan bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin wanita, berusia antara 21-30 tahun dengan pekerjaan sebagai mahasiswa/i. Responden sebagian sudah berkeluarga dan sebagian belum berkeluarga, dengan pendapatan/bulan > Rp 500.000 dan responden pernah melihat pengulangan iklan pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening) lebih dari 2 kali.

2. Berdasarkan analisis aritmatik mean, dapat disimpulkan :

- a. Aspek perhatian (Attention)

Ditinjau dari aspek perhatian (Attention) disimpulkan bahwa responden sering menonton iklan pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening) di televisi.

- b. Aspek ketertarikan (Interest)

Ditinjau dari aspek ketertarikan (Interest) disimpulkan bahwa responden cukup tertarik untuk melihat pengulangan pesan iklan pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening) sampai selesai.


c. Aspek keinginan (Desire)

Ditinjau dari aspek keinginan (Desire) disimpulkan bahwa emosi responden cukup terpengaruh untuk mencoba pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening).

d. Aspek tindakan (Action)

Ditinjau dari aspek tindakan (Action) disimpulkan bahwa responden kadang-kadang melakukan pembelian ulang pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening) setelah membeli pasta gigi tersebut dan merasakan manfaatnya.

3. Berdasarkan analisis Independen Sample T-Test, dapat disimpulkan :

- a. Tidak ada perbedaan sikap konsumen yang signifikan antara konsumen yang berkeluarga dan konsumen yang belum berkeluarga terhadap pengulangan iklan pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening) ditinjau dari aspek perhatian (Attention)", karena t hitung (0.557) lebih kecil dari t tabel (1.98).
- b. Tidak ada perbedaan sikap konsumen yang signifikan antara konsumen yang berkeluarga dan konsumen yang belum berkeluarga terhadap pengulangan iklan pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening) ditinjau dari aspek ketertarikan (Interest)", karena t hitung (1.594) lebih kecil dari t tabel (1.98).
- c. Ada perbedaan sikap konsumen yang signifikan antara konsumen yang berkeluarga dan konsumen yang belum berkeluarga terhadap pengulangan iklan pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening) ditinjau

dari aspek keinginan (Desire)”, karena t hitung (1.930) lebih besar dari t tabel (1.66).

- d. Ada perbedaan sikap konsumen yang signifikan antara konsumen yang berkeluarga dan konsumen yang belum berkeluarga terhadap pengulangan iklan pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening) ditinjau dari aspek tindakan (Action)”, karena t hitung (1.764) lebih besar dari t tabel (1.66).

B. Implikasi Manajerial

1. Agar iklan pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening) dapat menarik perhatian (Attention) konsumen, ketertarikan (Interest) konsumen untuk melihat iklan tersebut sampai selesai, menimbulkan keinginan (Desire) konsumen terhadap produk yang diiklankan dan mewujudkan tindakan (Action) pembelian, ada beberapa hal yang harus diperhatikan :

- a. Perhatian (Attention)

Pada aspek perhatian terlihat bahwa responden sering menonton iklan pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening). Untuk menarik perhatian konsumen agar lebih sering menonton iklan pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening), maka iklan yang dibuat harus lebih kreatif dan inovatif misalnya dengan penggunaan model iklan yang sedang terkenal dan memperjelas pesan khusus yang ingin disampaikan dengan memberi cetak tebal pada kalimat yang dianggap penting.

b. Ketertarikan (Interest)

Pada aspek ketertarikan, terlihat bahwa konsumen cukup tertarik untuk melihat pengulangan iklan sampai selesai. Agar konsumen lebih tertarik lagi untuk melihat iklan pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening) sampai selesai penayangannya, maka pesan yang disampaikan hendaknya menggunakan kata-kata atau kalimat yang menarik dan tidak bertele-tele sehingga dapat merangsang konsumen agar mau membaca dan mengikuti pesan-pesan yang disampaikan dalam iklan dan mengurangi frekuensi penayangan iklan untuk menghindari kejenuhan konsumen dalam menonton iklan pasta gigi tersebut.

c. Keinginan (Desire)

Pada aspek keinginan, terlihat bahwa emosi responden cukup terpengaruh untuk mencoba pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening). Agar iklan pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening) dapat mempengaruhi emosi responden lebih dalam untuk mencoba produk tersebut, maka iklan yang dibuat harus memiliki daya tarik emosional sehingga akan membangkitkan kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memiliki dan mencoba produk tersebut. Emosi yang dapat dimainkan pengiklan dalam iklan pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening) adalah emosi negatif yaitu rasa takut terhadap gigi yang kusak.

d. Tindakan (Action)

Pada aspek tindakan, terlihat bahwa konsumen kadang-kadang melakukan pembelian ulang pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening) setelah membeli dan merasakan manfaatnya. Agar iklan dapat menggerakkan konsumen untuk lebih sering melakukan tindakan pembelian, maka pemasar harus lebih meningkatkan mutu iklan dengan cara lebih menonjolkan karakteristik khusus dan kelebihan dari pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening).

2. Tidak ada perbedaan sikap konsumen yang signifikan antara konsumen yang berkeluarga dan konsumen yang belum berkeluarga terhadap pengulangan iklan pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening) ditinjau dari aspek perhatian (Attention) dan ketertarikan (Interest), mengandung arti bahwa tidak ada perbedaan pada jam tayang iklan Pepsodent, Stasiun Televisi dimana iklan Pepsodent ditayangkan dan penggunaan model dalam iklan Pepsodent.

a. Jam tayang iklan

Pada umumnya jam tayang pagi dan sore hari lebih cenderung ditonton oleh pemirsa yang belum berkeluarga dan jam tayang malam hari cenderung ditonton oleh pemirsa yang sudah berkeluarga. Tetapi meskipun iklan Pepsodent (Plus Whitening) ditayangkan pada jam pagi, sore maupun malam hari, hal ini tidak akan mempengaruhi sikap konsumen baik yang berkeluarga maupun yang belum berkeluarga dalam memutuskan pembelian.

b. Stasiun Televisi

Stasiun televisi dimana iklan ditayangkan juga tidak mempengaruhi sikap konsumen. Misalnya, iklan Pepsodent (Plus Whitening) ditayangkan di Global TV dimana stasiun ini cenderung ditonton oleh pemirsa yang belum berkeluarga atau iklan Pepsodent (Plus Whitening) ditayangkan di TVRI dimana stasiun ini cenderung ditonton oleh pemirsa yang sudah berkeluarga. Tetapi dimanapun iklan Pepsodent (Plus Whitening) ditayangkan, tidak akan mempengaruhi sikap konsumen baik berkeluarga maupun yang belum berkeluarga dalam memutuskan pembelian.

c. Penggunaan model iklan

Penggunaan model dalam iklan Pepsodent juga tidak mempengaruhi sikap konsumen. Misalnya, artis cilik Tasya yang pernah menjadi model dalam iklan Pepsodent dan artis dewasa yang menjadi model untuk iklan Pepsodent yang terbaru (Plus Whitening). Jadi siapapun yang menjadi model dalam iklan pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening), baik itu model cilik atau dewasa tidak akan mempengaruhi sikap konsumen baik yang berkeluarga maupun yang belum berkeluarga dalam memutuskan pembelian.

Ada perbedaan sikap konsumen yang signifikan antara konsumen yang berkeluarga dan konsumen yang belum berkeluarga terhadap pengulangan iklan pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening) ditinjau dari aspek keinginan (Desire) dan tindakan (Action) mengandung arti bahwa ada perbedaan

dalam proses keputusan pembelian produk. Pada proses keputusan pembelian untuk konsumen yang sudah berkeluarga dipengaruhi oleh peranan dari anggota keluarga yang lain, sedangkan pada proses keputusan pembelian untuk konsumen yang belum berkeluarga tidak ada pengaruh dari siapapun.



DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Putranto, 2003, Jurnal : *Perspektif Teoritik Strategi Kreatif Periklanan*,
Jurnal iSiP, Vol.5 No.1 Maret-Mei 2003:27-36
- Dajan, Anto, *Pengantar Metode Statistik*, Jilid 2, Penerbit LP3ES, Jakarta, 1987
- Engel, James F. , Roger D. Blackwell dan Paul Miniard, 1995, *Perilaku Konsumen* Jilid II, Jakarta : Binarupa Aksara
- Hadri, Sutrisno, *Analisis Butir Untuk Instrumen*, Andi Offset, Yogyakarta, 1991
- Hawkins, Roger J. Best dan Kenneth A. Coney, 1998, *Consumer Behavior*,
New York : Mc Graw-Hill, Inc, USA
- Irma, Satya Indriyanti dan John J.O.I. Ihalauw, 2002, Jurnal : *Pengulangan Pesan Suatu Iklan*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis (Dian Ekonomi),
Vol. VIII No.1 Maret 2002 : 36-52
- Kardes, Frank R. 2001, *Consumer Behavior*, New York : Mac Millan
Publishing Company
- Kasali, Rhenald, 1992, *Manajemen Periklanan*, Konsep dan Aplikasinya di
Indonesia, Jakarta : Pustaka Utama Grafiti
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong , *Dasar – dasar Pemasaran I* ,
Penerjemah Wihelmos W Bakowatun, Ed G. Intermedia, Jakarta, 1995
- Kotler, Philip, 1997, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta :
Pren hallindo

Mowen, John C. dan Minor, 2002, *Perilaku Konsumen*, Edisi Bahasa Indonesia, Mac Millan Publishing Company

Nawawi, Hadari, 1983, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta : UGM Press

Proyek Pengembangan Mata Kuliah, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Penerbit Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Edisi Agustus, 1986

Schiffman, Leon G dan Leslie Lazar Kanuk, 2002, *Consumer Behavior*, New Jersey : Engelwood Cliffs, Prentice Hall Inc.

Setia Atmaja, Lukas, *Statistik Bisnis*, Penerbit Andi offset, Yogyakarta, 1997

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfa Beta, Bandung, Cetakan ke-7, 2004

Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, CV. Alfa Beta Bandung, 1995

White, Roderick, 1993, *Advertising What It Is and How To Do It*, Inggris : Mc Graw-Hill, Inc.

LAMPIRAN 1



KUESIONER

Kepada Yth:
Bapak/Ibu atau Saudara/i
Di tempat


Dengan hormat,
Saya mahasiswi Fakultas Ekonomi Atma Jaya Yogyakarta dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul **"ANALISIS PERBEDAAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP PENGULANGAN IKLAN PASTA GIGI PEPSODENT (PLUS WHITENING) DI TELEVISI DITINJAU DARI ASPEK KONSUMEN YANG BERKELUARGA DAN YANG BELUM BERKELUARGA"** memohon bantuan Bapak/Ibu atau Saudara/i untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini dengan benar dan sejujur-jujurnya. Kejujuran dan kesungguhan jawaban dari Bapak/Ibu atau Saudara/i merupakan bantuan yang sangat berharga bagi saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Hormat saya,

Lidora Pangalila

BAGIAN I : Data Pribadi responden

Pilihlah salah satu jawaban dengan memberikan tanda (X)

1. Jenis Kelamin anda ?
 - a. Pria
 - b.  Wanita
2. Usia anda?
 - a. 17 – 20 tahun
 - b. 21 – 30 tahun
 - c. 31 – 40 tahun
 - d. 41 tahun ke atas
3. Pekerjaan anda saat ini?
 - a. Wiraswasta
 - b. Karyawan
 - c. Mahasiswa/i
4. Status anda ?
 - a. Berkeluarga
 - b. Belum Berkeluarga
5. Pendapatan anda setiap bulan ?
 - a. < Rp 350.000
 - b. Rp 350.000 – Rp 500.000
 - c. > Rp 500.000
6. Berapa kali anda melihat pengulangan iklan pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening) di televisi?
 - a. 2 kali
 - b. > 2 kali

Terima Kasih

BAGIAN II : Pertanyaan mengenai Attention, Interest, Desire, Action

Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan memberikan tanda (X).

Keterangan skor :

| | |
|---------------------|-----|
| Sangat Setuju | = 5 |
| Setuju | = 4 |
| Ragu-ragu | = 3 |
| Tidak Setuju | = 2 |
| Sangat Tidak Setuju | = 1 |

A. ATTENTION (PERHATIAN)

1. Saya sering menonton iklan pasta gigi Pepsodent versi terbaru (Plus Whitening) di televisi.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
2. Saya sering melihat lagi iklan pasta gigi Pepsodent jika iklan tersebut ditayangkan kembali (melakukan pengulangan pesan) di televisi.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju



B. INTEREST (KETERTARIKAN)

1. Saya tertarik untuk melihat pengulangan pesan iklan pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening) sampai selesai.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
2. Saya tertarik untuk mengetahui lebih jauh tentang pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening).
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

C. DESIRE (KEINGINAN)

1. Iklan Pepsodent telah memberikan pengaruh yang kuat terhadap emosi saya untuk mencoba produk pasta gigi tersebut.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

Terima Kasih

2. Iklan Pepsodent telah memberikan pengaruh yang kuat terhadap emosi saya untuk menggunakan produk pasta gigi tersebut.
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju


D. ACTION (TINDAKAN)

1. Saya sering melakukan pembelian pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening) setelah melihat iklan tersebut di televisi.
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
2. Saya sering melakukan pembelian ulang pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening) setelah membeli dan merasakan manfaatnya.
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju



Terima Kasih

LAMPIRAN 2

ANALISIS  VALIDITAS
DAN RELIABILITAS

Summarize

Case Summaries

| | ATT_1 | ATT_2 | INT_1 | INT_2 | DES_1 | DES_2 | ACT_1 | ACT_2 |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 6 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 7 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 8 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 9 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 10 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 11 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 12 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 13 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| 14 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 15 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 16 | 1 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 1 | 2 |
| 17 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| 18 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 19 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 1 | 4 |
| 20 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 21 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 5 |
| 22 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 5 |
| 23 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 2 | 3 |
| 24 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 25 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 26 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 27 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| 28 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 29 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 30 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |

Attention

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

| Statistics for | Mean | Variance | Std Dev | N of Variables |
|----------------|--------|----------|---------|----------------|
| SCALE | 6.4000 | 1.9034 | 1.3797 | 2 |

Item-total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Alpha if Item Deleted |
|-------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|-----------------------|
| ATT_1 | 2.9667 | .520 | .881 | . |
| ATT_2 | 3.4333 | .520 | .863 | . |

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

Alpha = .684



N of Items = 2

Interest

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

| Statistics for | Mean | Variance | Std Dev | N of Variables |
|----------------|--------|----------|---------|----------------|
| SCALE | 6.1333 | 1.4299 | 1.1958 | 2 |

Item-total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Alpha if Item Deleted |
|-------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|-----------------------|
| INT_1 | 3.2333 | .480 | .845 | . |
| INT_2 | 2.9000 | .480 | .874 | . |

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

Alpha = .646



N of Items = 2

Desire

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

| Statistics for | Mean | Variance | Std Dev | N of Variables |
|----------------|--------|----------|---------|----------------|
| SCALE | 6.2667 | 1.9954 | 1.4126 | 2 |

Item-total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Alpha if Item Deleted |
|-------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|-----------------------|
| DES_1 | 3.1333 | .878 | .973 | . |
| DES_2 | 3.1333 | .878 | .965 | . |

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

Alpha = .931



N of Items = 2

Action

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

| Statistics for | Mean | Variance | Std Dev | N of Variables |
|----------------|--------|----------|---------|----------------|
| SCALE | 6.0333 | 2.7920 | 1.6709 | 2 |

Item-total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Alpha if Item Deleted |
|-------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|-----------------------|
| ACT_1 | 3.3667 | .717 | .909 | . |
| ACT_2 | 2.6667 | .717 | .942 | . |

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

Alpha = .823



N of Items = 2

LAMPIRAN 3



TABEL R 5%

TABEL R 5%

| N | R tabel | N | R tabel | N | R tabel | N | R tabel |
|----|---------|-----|---------|-----|---------|-----|---------|
| 1 | ,997 | 51 | ,271 | 101 | ,194 | 151 | ,159 |
| 2 | ,950 | 52 | ,268 | 102 | ,193 | 152 | ,158 |
| 3 | ,878 | 53 | ,266 | 103 | ,192 | 153 | ,158 |
| 4 | ,811 | 54 | ,263 | 104 | ,191 | 154 | ,157 |
| 5 | ,754 | 55 | ,261 | 105 | ,190 | 155 | ,157 |
| 6 | ,707 | 56 | ,259 | 106 | ,189 | 156 | ,156 |
| 7 | ,666 | 57 | ,256 | 107 | ,188 | 157 | ,156 |
| 8 | ,632 | 58 | ,254 | 108 | ,187 | 158 | ,155 |
| 9 | ,602 | 59 | ,252 | 109 | ,187 | 159 | ,155 |
| 10 | ,576 | 60 | ,250 | 110 | ,186 | 160 | ,154 |
| 11 | ,553 | 61 | ,248 | 111 | ,185 | 161 | ,154 |
| 12 | ,532 | 62 | ,246 | 112 | ,184 | 162 | ,153 |
| 13 | ,514 | 63 | ,244 | 113 | ,183 | 163 | ,153 |
| 14 | ,497 | 64 | ,242 | 114 | ,182 | 164 | ,152 |
| 15 | ,482 | 65 | ,240 | 115 | ,182 | 165 | ,152 |
| 16 | ,468 | 66 | ,239 | 116 | ,181 | 166 | ,151 |
| 17 | ,456 | 67 | ,237 | 117 | ,180 | 167 | ,151 |
| 18 | ,444 | 68 | ,235 | 118 | ,179 | 168 | ,151 |
| 19 | ,433 | 69 | ,234 | 119 | ,179 | 169 | ,150 |
| 20 | ,423 | 70 | ,232 | 120 | ,178 | 170 | ,150 |
| 21 | ,413 | 71 | ,230 | 121 | ,177 | 171 | ,149 |
| 22 | ,404 | 72 | ,229 | 122 | ,176 | 172 | ,149 |
| 23 | ,396 | 73 | ,227 | 123 | ,176 | 173 | ,148 |
| 24 | ,388 | 74 | ,226 | 124 | ,175 | 174 | ,148 |
| 25 | ,381 | 75 | ,224 | 125 | ,174 | 175 | ,148 |
| 26 | ,374 | 76 | ,223 | 126 | ,174 | 176 | ,147 |
| 27 | ,367 | 77 | ,221 | 127 | ,173 | 177 | ,147 |
| 28 | ,361 | 78 | ,220 | 128 | ,172 | 178 | ,146 |
| 29 | ,355 | 79 | ,219 | 129 | ,172 | 179 | ,146 |
| 30 | ,349 | 80 | ,217 | 130 | ,171 | 180 | ,146 |
| 31 | ,344 | 81 | ,216 | 131 | ,170 | 181 | ,145 |
| 32 | ,339 | 82 | ,215 | 132 | ,170 | 182 | ,145 |
| 33 | ,334 | 83 | ,213 | 133 | ,169 | 183 | ,144 |
| 34 | ,329 | 84 | ,212 | 134 | ,168 | 184 | ,144 |
| 35 | ,325 | 85 | ,211 | 135 | ,168 | 185 | ,144 |
| 36 | ,320 | 86 | ,210 | 136 | ,167 | 186 | ,143 |
| 37 | ,316 | 87 | ,208 | 137 | ,167 | 187 | ,143 |
| 38 | ,312 | 88 | ,207 | 138 | ,166 | 188 | ,142 |
| 39 | ,308 | 89 | ,206 | 139 | ,165 | 189 | ,142 |
| 40 | ,304 | 90 | ,205 | 140 | ,165 | 190 | ,142 |
| 41 | ,301 | 91 | ,204 | 141 | ,164 | 191 | ,141 |
| 42 | ,297 | 92 | ,203 | 142 | ,164 | 192 | ,141 |
| 43 | ,294 | 93 | ,202 | 143 | ,163 | 193 | ,141 |
| 44 | ,291 | 94 | ,201 | 144 | ,163 | 194 | ,140 |
| 45 | ,288 | 95 | ,200 | 145 | ,162 | 195 | ,140 |
| 46 | ,285 | 96 | ,199 | 146 | ,161 | 196 | ,139 |
| 47 | ,282 | 97 | ,198 | 147 | ,161 | 197 | ,139 |
| 48 | ,279 | 98 | ,197 | 148 | ,160 | 198 | ,139 |
| 49 | ,276 | 99 | ,196 | 149 | ,160 | 199 | ,138 |
| 50 | ,273 | 100 | ,195 | 150 | ,159 | 200 | ,138 |

LAMPIRAN 4



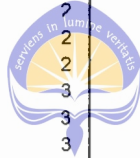
ANALISIS PERSENTASE

Case Summaries

| | DEMO 1 | DEMO 2 | DEMO 3 | DEMO 4 | DEMO 5 | DEMO 6 | ATT 1 | ATT 2 |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|
| 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 4 | 3 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 4 | 3 |
| 3 | 2 | 4 | 1 | 1 | 3 | 2 | 4 | 2 |
| 4 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 | 4 | 3 |
| 5 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 |
| 6 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 4 | 4 |
| 7 | 1 | 4 | 2 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| 8 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| 9 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 10 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 |
| 11 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| 12 | 2 | 4 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 13 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 |
| 14 | 2 | 4 | 1 | 1 | 3 | 1 | 4 | 4 |
| 15 | 1 | 4 | 1 | 1 | 3 | 2 | 4 | 4 |
| 16 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| 17 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 3 | 2 |
| 18 | 2 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 |
| 19 | 1 | 4 | 2 | 1 | 3 | 2 | 5 | 5 |
| 20 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 4 |
| 21 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 |
| 22 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 4 | 3 |
| 23 | 2 | 4 | 1 | 1 | 3 | 2 | 4 | 5 |
| 24 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 3 |
| 25 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 4 | 4 |
| 26 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 4 | 3 |
| 27 | 1 | 4 | 1 | 1 | 3 | 2 | 4 | 5 |
| 28 | 2 | 4 | 1 | 1 | 3 | 1 | 4 | 4 |
| 29 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| 30 | 2 | 4 | 1 | 1 | 2 | 2 | 5 | 5 |
| 31 | 2 | 4 | 2 | 1 | 3 | 1 | 5 | 5 |
| 32 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 33 | 2 | 4 | 2 | 1 | 3 | 2 | 4 | 4 |
| 34 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| 35 | 1 | 4 | 2 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| 36 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 4 |
| 37 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 | 4 | 4 |
| 38 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 4 | 4 |
| 39 | 1 | 4 | 2 | 1 | 3 | 2 | 4 | 4 |
| 40 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 4 | 4 |
| 41 | 2 | 4 | 2 | 1 | 3 | 2 | 4 | 4 |
| 42 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 | 5 | 4 |
| 43 | 1 | 4 | 2 | 1 | 2 | 2 | 4 | 3 |
| 44 | 2 | 4 | 1 | 1 | 3 | 2 | 4 | 3 |
| 45 | 1 | 4 | 1 | 1 | 3 | 2 | 5 | 4 |
| 46 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 4 | 5 |
| 47 | 1 | 4 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| 48 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| 49 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 5 | 4 |
| 50 | 2 | 4 | 1 | 1 | 3 | 2 | 5 | 5 |
| 51 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 |
| 52 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 |
| 53 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| 54 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 4 | 3 |
| 55 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 4 | 4 |
| 56 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 |
| 57 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 |

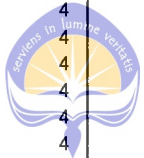
Case Summaries

| | DEMO 1 | DEMO 2 | DEMO 3 | DEMO 4 | DEMO 5 | DEMO 6 | ATT 1 | ATT 2 |
|-----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|
| 58 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 5 | 3 |
| 59 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 |
| 60 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 5 | 4 |
| 61 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 4 |
| 62 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 3 |
| 63 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 64 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| 65 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 |
| 66 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 4 | 4 |
| 67 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 1 | 4 | 3 |
| 68 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 5 |
| 69 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 |
| 70 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 5 | 4 |
| 71 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 5 | 5 |
| 72 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 4 | 2 |
| 73 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 |
| 74 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 |
| 75 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 |
| 76 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 4 | 2 |
| 77 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 3 |
| 78 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 |
| 79 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 4 | 3 |
| 80 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 5 | 4 |
| 81 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 |
| 82 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| 83 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 |
| 84 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 5 | 4 |
| 85 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 |
| 86 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| 87 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| 88 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 |
| 89 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 5 | 3 |
| 90 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 |
| 91 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 |
| 92 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 |
| 93 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 5 |
| 94 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 |
| 95 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 96 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 97 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 |
| 98 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 |
| 99 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 4 | 3 |
| 100 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 3 |



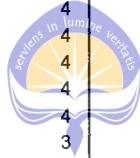
Case Summaries

| | INT 1 | INT 2 | DES 1 | DES 2 | ACT 1 | ACT 2 |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| 6 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| 7 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| 8 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 9 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| 10 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| 11 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 |
| 12 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 13 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 14 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 15 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 17 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 18 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 20 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| 21 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 22 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 23 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 24 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 25 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 26 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 27 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 28 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 29 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 31 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 32 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| 34 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| 35 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 |
| 36 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 38 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 39 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 41 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 |
| 42 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 |
| 43 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 44 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 45 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 46 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 47 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 |
| 48 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 49 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 50 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 51 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 52 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 |
| 53 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 |
| 54 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 55 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 56 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 57 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 |



Case Summaries

| | INT 1 | INT 2 | DES 1 | DES 2 | ACT 1 | ACT 2 |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 58 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 |
| 59 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 61 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 |
| 62 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 63 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| 64 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 65 | 3 | 1 | 4 | 4 | 3 | 5 |
| 66 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 |
| 67 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 4 |
| 68 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| 69 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| 70 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| 71 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 |
| 72 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| 73 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 74 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 75 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 5 |
| 76 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 77 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 78 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 79 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 |
| 80 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 81 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 82 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 83 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 84 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 85 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 |
| 86 | 2 | 3 | 4 | 3 | 1 | 2 |
| 87 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 88 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 |
| 89 | 3 | 5 | 3 | 3 | 1 | 4 |
| 90 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| 91 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 5 |
| 92 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 5 |
| 93 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 |
| 94 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 95 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 96 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| 97 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 98 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 99 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 |
| 100 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 |



Frequency Table

Jenis kelamin

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Pria | 42 | 42.0 | 42.0 | 42.0 |
| Wanita | 58 | 58.0 | 58.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

Usia

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 17 - 20 tahun | 16 | 16.0 | 16.0 | 16.0 |
| 21 - 30 tahun | 41 | 41.0 | 41.0 | 57.0 |
| 31 - 40 tahun | 22 | 22.0 | 22.0 | 79.0 |
| 41 tahun ke atas | 21 | 21.0 | 21.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

Pekerjaan

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Wiraswasta | 26 | 26.0 | 26.0 | 26.0 |
| Karyawan | 31 | 31.0 | 31.0 | 57.0 |
| Mahasiswa/i | 43 | 43.0 | 43.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

Status

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Berkeluarga | 50 | 50.0 | 50.0 | 50.0 |
| Belum Berkeluarga | 50 | 50.0 | 50.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

Pendapatan

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid < Rp. 350.000 | 16 | 16.0 | 16.0 | 16.0 |
| Rp. 350.000 - Rp. 500.000 | 34 | 34.0 | 34.0 | 50.0 |
| > Rp. 500.000 | 50 | 50.0 | 50.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

Berapa kali anda melihat pengulangan iklan pasta gigi Pepsodent (Plus Whitening) di televisi

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 2 kali | 35 | 35.0 | 35.0 | 35.0 |
| > 2 kali | 65 | 65.0 | 65.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |



Frequency Table

ATT_1

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | Tidak Setuju | 3 | 3.0 | 3.0 | 4.0 |
| | Ragu-ragu | 24 | 24.0 | 24.0 | 28.0 |
| | Setuju | 58 | 58.0 | 58.0 | 86.0 |
| | Sangat Setuju | 14 | 14.0 | 14.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

ATT_2

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | Tidak Setuju | 14 | 14.0 | 14.0 | 15.0 |
| | Ragu-ragu | 42 | 42.0 | 42.0 | 57.0 |
| | Setuju | 33 | 33.0 | 33.0 | 90.0 |
| | Sangat Setuju | 10 | 10.0 | 10.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |



| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 2 | 2.0 | 2.0 | 2.0 |
| | Tidak Setuju | 23 | 23.0 | 23.0 | 25.0 |
| | Ragu-ragu | 43 | 43.0 | 43.0 | 68.0 |
| | Setuju | 28 | 28.0 | 28.0 | 96.0 |
| | Sangat Setuju | 4 | 4.0 | 4.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

INT_2

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | Tidak Setuju | 19 | 19.0 | 19.0 | 20.0 |
| | Ragu-ragu | 42 | 42.0 | 42.0 | 62.0 |
| | Setuju | 35 | 35.0 | 35.0 | 97.0 |
| | Sangat Setuju | 3 | 3.0 | 3.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

DES_1

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | Tidak Setuju | 16 | 16.0 | 16.0 | 17.0 |
| | Ragu-ragu | 25 | 25.0 | 25.0 | 42.0 |
| | Setuju | 52 | 52.0 | 52.0 | 94.0 |
| | Sangat Setuju | 6 | 6.0 | 6.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

DES_2

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 2 | 2.0 | 2.0 | 2.0 |
| | Tidak Setuju | 13 | 13.0 | 13.0 | 15.0 |
| | Ragu-ragu | 39 | 39.0 | 39.0 | 54.0 |
| | Setuju | 34 | 34.0 | 34.0 | 88.0 |
| | Sangat Setuju | 12 | 12.0 | 12.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

ACT_1

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 3 | 3.0 | 3.0 | 3.0 |
| | Tidak Setuju | 30 | 30.0 | 30.0 | 33.0 |
| | Ragu-ragu | 34 | 34.0 | 34.0 | 67.0 |
| | Setuju | 25 | 25.0 | 25.0 | 92.0 |
| | Sangat Setuju | 8 | 8.0 | 8.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

ACT_2

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak Setuju | 20 | 20.0 | 20.0 | 20.0 |
| | Ragu-ragu | 30 | 30.0 | 30.0 | 50.0 |
| | Setuju | 38 | 38.0 | 38.0 | 88.0 |
| | Sangat Setuju | 12 | 12.0 | 12.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

LAMPIRAN 5

ANALISIS ARITMATIK MEAN

Descriptives

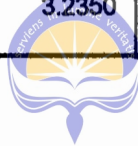
Descriptive Statistics

| | N | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|-----|--------|----------------|
| ATT_1 | 100 | 3.8100 | .7480 |
| ATT_2 | 100 | 3.3700 | .8837 |
| INT_1 | 100 | 3.0900 | .8657 |
| INT_2 | 100 | 3.2000 | .8165 |
| DES_1 | 100 | 3.4600 | .8695 |
| DES_2 | 100 | 3.4100 | .9331 |
| ACT_1 | 100 | 3.0500 | .9987 |
| ACT_2 | 100 | 3.4200 | .9447 |
| Valid N (listwise) | 100 | | |

Descriptives

Descriptive Statistics

| | N | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|-----|--------|----------------|
| Attention | 100 | 3.5900 | .7156 |
| Interest | 100 | 3.1450 | .6640 |
| Desire | 100 | 3.4350 | .8665 |
| Action | 100 | 3.2350 | .7735 |
| Valid N (listwise) | 100 | | |



LAMPIRAN 6

ANALISIS Independen T-Test

T-Test

Group Statistics

| Status | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|-----------------------------|----|--------|----------------|-----------------|
| Attention Berkeluarga | 50 | 3.6300 | .7812 | .1105 |
| Attention Belum berkeluarga | 50 | 3.5500 | .6488 | 9.175E-02 |
| Interest Berkeluarga | 50 | 3.2500 | .6795 | 9.610E-02 |
| Interest Belum berkeluarga | 50 | 3.0400 | .6376 | 9.017E-02 |
| Desire Berkeluarga | 50 | 3.6000 | .8631 | .1221 |
| Desire Belum berkeluarga | 50 | 3.2700 | .8464 | .1197 |
| Action Berkeluarga | 50 | 3.3700 | .7942 | .1123 |
| Action Belum berkeluarga | 50 | 3.1000 | .7354 | .1040 |

Independent Samples Test

| | | Levene's Test for Equality of Variances | |
|-----------|-----------------------------|---|------|
| | | F | Sig. |
| Attention | Equal variances assumed | 3.068 | .083 |
| | Equal variances not assumed | | |
| Interest | Equal variances assumed | 1.735 | .191 |
| | Equal variances not assumed | | |
| Desire | Equal variances assumed | .060 | .806 |
| | Equal variances not assumed | | |
| Action | Equal variances assumed | 2.818 | .096 |
| | Equal variances not assumed | | |

Independent Samples Test

| | | t-test for Equality of Means | | | |
|-----------|-----------------------------|------------------------------|--------|-----------------|-----------------|
| | | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference |
| Attention | Equal variances assumed | .557 | 98 | .579 | 8.000E-02 |
| | Equal variances not assumed | .557 | 94.802 | .579 | 8.000E-02 |
| Interest | Equal variances assumed | 1.594 | 98 | .114 | .2100 |
| | Equal variances not assumed | 1.594 | 97.605 | .114 | .2100 |
| Desire | Equal variances assumed | 1.930 | 98 | .056 | .3300 |
| | Equal variances not assumed | 1.930 | 97.963 | .056 | .3300 |
| Action | Equal variances assumed | 1.764 | 98 | .081 | .2700 |
| | Equal variances not assumed | 1.764 | 97.426 | .081 | .2700 |



Independent Samples Test

| | | t-test for Equality of Means | | |
|-----------|--------------------------------|------------------------------|--|-------|
| | | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | Lower | Upper |
| Attention | Equal variances assumed | .1436 | -.2050 | .3650 |
| | Equal variances not assumed | .1436 | -.2051 | .3651 |
| Interest | Equal variances assumed | .1318 | -5.15E-02 | .4715 |
| | Equal variances not assumed | .1318 | -5.15E-02 | .4715 |
| Desire | Equal variances assumed | .1710 | -9.26E-03 | .6693 |
| | Equal variances not assumed | .1710 | -9.26E-03 | .6693 |
| Action | Equal variances assumed | .1531 | -3.38E-02 | .5738 |
| | Equal variances not assumed | .1531 | -3.38E-02 | .5738 |



TABEL 7

TABEL DISTRIBUSI T

TABEL DISTRIBUSI T

| df | 10% | 5% | df | 10% | 5% | df | 10% | 5% | df | 10% | 5% |
|----|------|-------|-----|------|------|-----|------|------|-----|------|------|
| 1 | 6,31 | 12,71 | 51 | 1,68 | 2,01 | 101 | 1,66 | 1,98 | 151 | 1,66 | 1,98 |
| 2 | 2,92 | 4,30 | 52 | 1,67 | 2,01 | 102 | 1,66 | 1,98 | 152 | 1,65 | 1,98 |
| 3 | 2,35 | 3,18 | 53 | 1,67 | 2,01 | 103 | 1,66 | 1,98 | 153 | 1,65 | 1,98 |
| 4 | 2,13 | 2,78 | 54 | 1,67 | 2,00 | 104 | 1,66 | 1,98 | 154 | 1,65 | 1,98 |
| 5 | 2,02 | 2,57 | 55 | 1,67 | 2,00 | 105 | 1,66 | 1,98 | 155 | 1,65 | 1,98 |
| 6 | 1,94 | 2,45 | 56 | 1,67 | 2,00 | 106 | 1,66 | 1,98 | 156 | 1,65 | 1,98 |
| 7 | 1,89 | 2,36 | 57 | 1,67 | 2,00 | 107 | 1,66 | 1,98 | 157 | 1,65 | 1,98 |
| 8 | 1,86 | 2,31 | 58 | 1,67 | 2,00 | 108 | 1,66 | 1,98 | 158 | 1,65 | 1,98 |
| 9 | 1,83 | 2,26 | 59 | 1,67 | 2,00 | 109 | 1,66 | 1,98 | 159 | 1,65 | 1,97 |
| 10 | 1,81 | 2,23 | 60 | 1,67 | 2,00 | 110 | 1,66 | 1,98 | 160 | 1,65 | 1,97 |
| 11 | 1,80 | 2,20 | 61 | 1,67 | 2,00 | 111 | 1,66 | 1,98 | 161 | 1,65 | 1,97 |
| 12 | 1,78 | 2,18 | 62 | 1,67 | 2,00 | 112 | 1,66 | 1,98 | 162 | 1,65 | 1,97 |
| 13 | 1,77 | 2,16 | 63 | 1,67 | 2,00 | 113 | 1,66 | 1,98 | 163 | 1,65 | 1,97 |
| 14 | 1,76 | 2,14 | 64 | 1,67 | 2,00 | 114 | 1,66 | 1,98 | 164 | 1,65 | 1,97 |
| 15 | 1,75 | 2,13 | 65 | 1,67 | 2,00 | 115 | 1,66 | 1,98 | 165 | 1,65 | 1,97 |
| 16 | 1,75 | 2,12 | 66 | 1,67 | 2,00 | 116 | 1,66 | 1,98 | 166 | 1,65 | 1,97 |
| 17 | 1,74 | 2,11 | 67 | 1,67 | 2,00 | 117 | 1,66 | 1,98 | 167 | 1,65 | 1,97 |
| 18 | 1,73 | 2,10 | 68 | 1,67 | 2,00 | 118 | 1,66 | 1,98 | 168 | 1,65 | 1,97 |
| 19 | 1,73 | 2,09 | 69 | 1,67 | 1,99 | 119 | 1,66 | 1,98 | 169 | 1,65 | 1,97 |
| 20 | 1,72 | 2,09 | 70 | 1,67 | 1,99 | 120 | 1,66 | 1,98 | 170 | 1,65 | 1,97 |
| 21 | 1,72 | 2,08 | 71 | 1,67 | 1,99 | 121 | 1,66 | 1,98 | 171 | 1,65 | 1,97 |
| 22 | 1,72 | 2,07 | 72 | 1,67 | 1,99 | 122 | 1,66 | 1,98 | 172 | 1,65 | 1,97 |
| 23 | 1,71 | 2,07 | 73 | 1,67 | 1,99 | 123 | 1,66 | 1,98 | 173 | 1,65 | 1,97 |
| 24 | 1,71 | 2,06 | 74 | 1,67 | 1,99 | 124 | 1,66 | 1,98 | 174 | 1,65 | 1,97 |
| 25 | 1,71 | 2,06 | 75 | 1,67 | 1,99 | 125 | 1,66 | 1,98 | 175 | 1,65 | 1,97 |
| 26 | 1,71 | 2,06 | 76 | 1,67 | 1,99 | 126 | 1,66 | 1,98 | 176 | 1,65 | 1,97 |
| 27 | 1,70 | 2,05 | 77 | 1,66 | 1,99 | 127 | 1,66 | 1,98 | 177 | 1,65 | 1,97 |
| 28 | 1,70 | 2,05 | 78 | 1,66 | 1,99 | 128 | 1,66 | 1,98 | 178 | 1,65 | 1,97 |
| 29 | 1,70 | 2,05 | 79 | 1,66 | 1,99 | 129 | 1,66 | 1,98 | 179 | 1,65 | 1,97 |
| 30 | 1,70 | 2,04 | 80 | 1,66 | 1,99 | 130 | 1,66 | 1,98 | 180 | 1,65 | 1,97 |
| 31 | 1,70 | 2,04 | 81 | 1,66 | 1,99 | 131 | 1,66 | 1,98 | 181 | 1,65 | 1,97 |
| 32 | 1,69 | 2,04 | 82 | 1,66 | 1,99 | 132 | 1,66 | 1,98 | 182 | 1,65 | 1,97 |
| 33 | 1,69 | 2,03 | 83 | 1,66 | 1,99 | 133 | 1,66 | 1,98 | 183 | 1,65 | 1,97 |
| 34 | 1,69 | 2,03 | 84 | 1,66 | 1,99 | 134 | 1,66 | 1,98 | 184 | 1,65 | 1,97 |
| 35 | 1,69 | 2,03 | 85 | 1,66 | 1,99 | 135 | 1,66 | 1,98 | 185 | 1,65 | 1,97 |
| 36 | 1,69 | 2,03 | 86 | 1,66 | 1,99 | 136 | 1,66 | 1,98 | 186 | 1,65 | 1,97 |
| 37 | 1,69 | 2,03 | 87 | 1,66 | 1,99 | 137 | 1,66 | 1,98 | 187 | 1,65 | 1,97 |
| 38 | 1,69 | 2,02 | 88 | 1,66 | 1,99 | 138 | 1,66 | 1,98 | 188 | 1,65 | 1,97 |
| 39 | 1,68 | 2,02 | 89 | 1,66 | 1,99 | 139 | 1,66 | 1,98 | 189 | 1,65 | 1,97 |
| 40 | 1,68 | 2,02 | 90 | 1,66 | 1,99 | 140 | 1,66 | 1,98 | 190 | 1,65 | 1,97 |
| 41 | 1,68 | 2,02 | 91 | 1,66 | 1,99 | 141 | 1,66 | 1,98 | 191 | 1,65 | 1,97 |
| 42 | 1,68 | 2,02 | 92 | 1,66 | 1,99 | 142 | 1,66 | 1,98 | 192 | 1,65 | 1,97 |
| 43 | 1,68 | 2,02 | 93 | 1,66 | 1,99 | 143 | 1,66 | 1,98 | 193 | 1,65 | 1,97 |
| 44 | 1,68 | 2,02 | 94 | 1,66 | 1,99 | 144 | 1,66 | 1,98 | 194 | 1,65 | 1,97 |
| 45 | 1,68 | 2,01 | 95 | 1,66 | 1,99 | 145 | 1,66 | 1,98 | 195 | 1,65 | 1,97 |
| 46 | 1,68 | 2,01 | 96 | 1,66 | 1,98 | 146 | 1,66 | 1,98 | 196 | 1,65 | 1,97 |
| 47 | 1,68 | 2,01 | 97 | 1,66 | 1,98 | 147 | 1,66 | 1,98 | 197 | 1,65 | 1,97 |
| 48 | 1,68 | 2,01 | 98 | 1,66 | 1,98 | 148 | 1,66 | 1,98 | 198 | 1,65 | 1,97 |
| 49 | 1,68 | 2,01 | 99 | 1,66 | 1,98 | 149 | 1,66 | 1,98 | 199 | 1,65 | 1,97 |
| 50 | 1,68 | 2,01 | 100 | 1,66 | 1,98 | 150 | 1,66 | 1,98 | 200 | 1,65 | 1,97 |