

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil yang diperoleh pada penelitian efektivitas iklan TV Mie Sedaap versi Aku Ga Punya Papa yang ditinjau dari pengaruh atau dampak komunikasi dengan menggunakan model EPIC, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

**1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif data demografi responden dapat disimpulkan sebagai berikut :**

- a. Mayoritas responden adalah jenis kelamin laki – laki, yaitu sebanyak 52 orang ( 52% ).
- b. Mayoritas umur responden dalam penelitian ini berusia antara 20 sampai 25 tahun, sebanyak 56%. Keadaan ini menunjukkan bahwa Mie Sedaap lebih banyak diminati konsumen yang berusia muda dimana mereka cenderung aktif dan dinamis dalam kesehariannya sehingga mereka memilih kepraktisan dalam mengkonsumsi suatu makanan, salah satunya Mie Instan.
- c. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah pelajar / mahasiswa yaitu sebesar 94%. Ini menunjukkan bahwa pelajar maupun mahasiswa cenderung lebih banyak mengkonsumsi Mie Sedaap.

- d. Mayoritas responden dalam penelitian ini berpendidikan SLTA, yaitu sebanyak 93%. Ini mengindikasikan bahwa konsumen yang mengkonsumsi Mie Sedaap memiliki pengetahuan yang tinggi.
- e. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pengeluaran uang saku perbulan kurang dari Rp 500.000,00. Ini menunjukkan bahwa pengeluaran uang saku memiliki pengaruh yang relatif besar terhadap pembelian suatu produk.

**2. Berdasarkan hasil uji dari program SPSS versi 15 mengenai efektivitas iklan Mie Sedaap analisis menggunakan metode EPIC adalah sebagai berikut :**

- a. Dapat disimpulkan bahwa efektivitas iklan Mie Sedaap versi Aku Ga Punya Papa pada tahap empati sebesar 2,575. Ini menunjukkan bahwa iklan Mie Sedaap tidak ada tingkat baiknya yang dikarenakan di dalam iklan mie sedaap, mengajarkan anak untuk berbohong kepada pemirsa yang melihat iklan tersebut.
- b. Efektivitas iklan Mie Sedaap versi Aku Ga Punya Papa pada tahap persuasi sebesar 2,645, maka dapat disimpulkan bahwa iklan Mie Sedaap cukup efektif karena konsumen mulai tertarik dan berkeinginan untuk membeli produk tersebut.
- c. Efektivitas iklan Mie Sedaap versi Aku Ga Punya Papa pada tahap dampak sebesar 2,77, maka dapat disimpulkan bahwa iklan Mie Sedaap cukup efektif karena iklan Mie Sedaap cukup kreatif daripada iklan Mie instan yang lain.

- d. Efektivitas iklan Mie Sedaap versi Aku Ga Punya Papa pada tahap komunikasi sebesar 2,6375, maka dapat disimpulkan bahwa iklan Mie Sedaap cukup efektif karena memiliki kejelasan informasi, mampu mengkomunikasikan pesan yang disampaikan, pemirsa paham terhadap pesan yang disampaikan.

## 5.2 Saran

Dengan mengacu dari hasil analisis data dan kesimpulan di atas maka penulis memberikan beberapa saran bagi pihak produsen dalam hal ini PT. Wingsfood yang berhubungan dengan pemasaran produk perusahaan antara lain adalah sebagai berikut :

1. Hasil analisis efektivitas iklan Mie Sedaap versi Aku Ga Punya Papa pada tahap empati sebesar 2,575. Hal ini menunjukkan bahwa iklan Mie Sedaap versi Aku Ga Punya Papa termasuk dalam kategori tidak efektif. Keadaan ini mengindikasikan bahwa iklan Mie Sedaap tidak memiliki tingkat baik dalam memaparkan pesan kepada konsumen. Sebaiknya pihak manajemen PT. Wingsfood memperbaiki cara penyampaian pesan iklan untuk mempromosikan produk Mie Sedaap, sehingga setelah konsumen melihat tayangan tersebut konsumen dapat menerima hal – hal positif dalam iklan tersebut.
2. Sedangkan hasil analisis efektivitas iklan Mie Sedaap versi Aku Ga Punya Papa pada tahap dampak, persuasi dan komunikasi yang termasuk dalam kategori cukup efektif perlu ditingkatkan lebih lagi. Baik dari segi

keaktifitas, mengkomunikasikan pesan, ketertarikan akan suatu produk sampai pada keinginan membeli produk tersebut.

Cara lain yang dapat digunakan oleh pihak manajemen PT.Wingsfood untuk meningkatkan efektivitas iklan Mie Sedaap adalah dengan menjadi sponsor utama pada acara – acara televisi yang memiliki rating yang tinggi. Hal ini dengan tujuan agar semakin banyak pemirsa yang mengetahui produk Mie Sedaap.

#### **KELEMAHAN PENELITIAN**

1. Mengenai Tingkat Efektivitas Iklan. Tingkat Efektifitas iklan terhadap keputusan pembelian konsumen tidak hanya cukup diukur dengan Metode *EPIC*. Akan tetapi dibutuhkan pengukuran secara langsung di PT. Wingsfood untuk mengetahui secara lebih detail tentang tingkat penjualan produk Mie Sedaap dengan adanya iklan Mie Sedaap versi Aku Ga Punya Papa. Apakah iklan tersebut efektif atau tidak terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Populasi. Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah masyarakat Yogyakarta.
3. Sampel. Pengambilan sampel dalam penelitian ini bukan dengan menggunakan *random sampling*. Tetapi dengan menggunakan *convenience sampling*, Dimana pengambilan sampel dengan cara ini, sampel diambil berdasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan

## Daftar Pustaka

- Algifari, 1997. *Analisis Statistik Untuk Bisnis dengan Regresi, Korelasi, dan Non parametik*. Edisi 1. Cet 1. Yogyakarta, BPFY-Yogyakarta
- Bram, Yudi Farola, 2006. *Analisis efektivitas Iklan Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Perusahaan Percetakan Dan Penerbitan PT Rambang Dengan Menggunakan Metode EPIC Model*.
- Durianto, D, Sugiarto, Widjaja, A. W., Supratikno, H., 2003. *Invasi Pasar dengan Iklan Yang Efektif*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta,.
- Kotler, Philip, 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Edisi 12..Jilid 2. Terjemahan: Bob Sabran, M.M. *et.al*. Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Philip, 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan: Bob Sabran, M.M. *et.al*. Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Philip, 2004. *Dasar - Dasar Pemasaran*, Edisi 9. Jilid 1. Terjemahan: Alexander Sindoro. *et.al*. Jakarta, PT INDEKS Kelompok GRAMEDIA.
- Shimp, Terence A, 2003. *Periklanan Promosi : Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid 1, Edisi kelima jilid 1. Terjemahan : Revyani Sjahrial, S.E. dan Dyah Anikasari, S.Sos, Jakarta, Erlangga.
- Shimp, Terence A., 2003. *Periklanan Promosi : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jilid 2, Edisi kelima, Jakarta, Erlangga.

Supranto, 1997. METODE RISET Aplikasinya dalam Pemasaran. Edisi 6. Cet 1.  
Jakarta, PT RINEKA CIPTA.

Sugiarto, Siagian, Sunaryanto, Oetomo, 2003. *Teknik Sampling*. Cet 2. Jakarta, PT  
Gramedia Pustaka Utama.

Tjiptono, Fandy, 1997. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Cet 1. Yogyakarta, ANDI

<http://thinksmarthink.blogspot.com/2008/03/simple-4p.html>

<http://gemaanekaiklan.blogspot.com/2010/02/metode-epic-model-untuk-mengukur.html>

<http://www.tubegold.pl/video/JpsoR-cRVmc/Iklan-Mie-Sedap-versi-Papa-Hidup-lagi.html>

[http://books.google.co.id/books?id=9CYQSHfgg7kC&pg=PA269&lpg=PA269&dq=J.+Paul+Peter+dan+jerry+C+Olson+\(+empati+melibatkan+afeksi+\)&source=bl&ots=yp5ryQmwG1&sig=6n2WwkNYqGn0pi07RvEEInDOKRc&hl=id&ei=S12hTJqmElqovQPC6rmJBA&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=6&ved=0CCkQ6AEwBQ#v=onepage&q=J.%20Paul%20Peter%20dan%20jerry%20C%20Olson%20\(%20empati%20melibatkan%20afeksi%20\)&false](http://books.google.co.id/books?id=9CYQSHfgg7kC&pg=PA269&lpg=PA269&dq=J.+Paul+Peter+dan+jerry+C+Olson+(+empati+melibatkan+afeksi+)&source=bl&ots=yp5ryQmwG1&sig=6n2WwkNYqGn0pi07RvEEInDOKRc&hl=id&ei=S12hTJqmElqovQPC6rmJBA&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=6&ved=0CCkQ6AEwBQ#v=onepage&q=J.%20Paul%20Peter%20dan%20jerry%20C%20Olson%20(%20empati%20melibatkan%20afeksi%20)&=false)

[www.kumpulanbacaan.blogspot.com](http://www.kumpulanbacaan.blogspot.com)



*serviens in lumine veritatis*

## **LAMPIRAN I**

## **DESKRIPSI IKLAN**

## **Deskripsi Iklan Mie Sedaap versi Aku Ga Punya Papa**

Iklan ini menampilkan di sebuah komplek perumahan diumumkan oleh petugas untuk ikut serta dalam kegiatan kerja bakti. Kemudian ada seorang anak yang bertanya kepada ayahnya "Papa ga ikutan ya? ". Papanya yang lagi baca Koran, hanya menggelengkan kepala saja. Tidak lama setelah itu, pintu rumah ayah dan anak tersebut diketok oleh petugas dan bertanya pada si anak "Papanya mana?" (si ayah sedang bersembunyi di balik tembok). Lalu si anak itu menjawab "aku ga punya papa dan menangis". Setelah itu petugas menjawab lagi pada si anak "sayang banget padahal ada mie sedaap lho". Ketika si ayah mendengar kata Mie Sedaap, si ayah langsung tertarik dan muncul tiba-tiba dan berkata "Papa hidup lagi" dan langsung menggandeng petugas tersebut keluar untuk kerja bakti. Pada akhir iklan ini ada slogan "Soal rasa lidah ga bisa bohong".





## **LAMPIRAN II**

## **KUESIONER**

## Kuesioner

Salam Sejahtera, Yth.

Responden yang saya hormati, sehubungan dengan penelitian skripsi saya tentang penelitian efektifitas iklan Mie Sedaap “ Aku Ga Punya Papa “ saya memohon kesediaan anda sebagai responden sekalian untuk mengisi kuesioner ini.

Adapun sebelum mulai mengisi pastikan bahwa anda:

- n Mahasiswa Universitas Atmajaya Yogyakarta
- n Pernah melihat iklan televisi *Mie Sedaap “ Aku Ga Punya Papa “*

### Daftar Pertanyaan Responden

---

#### A. Demografi / Profil Responden

1. Nama (boleh tidak diisi)

-----

Beri tanda “X” dalam kotak yang sesuai

2. Usia / Umur

- Kurang dari 20 tahun
- 20 s/d 25 tahun
- Lebih dari 25 tahun

3. Pendidikan

- Tamat SD
- Tamat SLTP
- Tamat SLTA
- Tamat Sarjana
- Tamat Pasca Sarjana
- Lain – Lain

4. Jenis Kelamin

- Laki-laki
- Perempuan

5. Pekerjaan

- Pelajar / Mahasiswa
- Karyawan / Karyawati
- Wiraswasta
- Ibu Rumah Tangga
- Lain - lain

6. Pengeluaran uang saku per Bulan ( diluar uang makan, uang kos )

- Kurang dari Rp. 500.000
- Rp. 500.000 s/d Rp. 1.000.000
- Rp. 1.000.000 s/d Rp. 1.500.000
- Lebih dari Rp. 1.500.000

7. Mie instant apa yang anda konsumsi?

-----

## B. Brand Awareness

1. Mie instant apa yang paling anda ingat?

-----

2. Selain merek tersebut, Mie instant apa lagi yang anda ingat?

- a. -----
- b. -----
- c. -----

3. Apakah anda mengenal Mie Sedaap?

- Ya, dan saya telah mencantumkan dalam jawaban di atas
- Ya, tetapi saya lupa mencantumkan dalam jawaban di atas
- Tidak

**(Kalau anda menjawab Tidak, abaikan semua pertanyaan**

**selanjutnya)**

4. Apakah anda pernah melihat iklan Mie Sedaap “ Aku Ga Punya Papa “versi di TV?

- Pernah
- Tidak pernah

## C. EPIC Model

### *Empathy*

1. Setujukah anda bahwa iklan TV Mie Sedaap “ Aku Ga Punya Papa” adalah baik.

- Sangat tidak setuju
- Tidak setuju
- Cukup
- Setuju
- Sangat setuju

2. Setujukah anda bahwa anda menyukai iklan TV Mie Sedaap “ Aku Ga Punya Papa “ tersebut.

- Sangat tidak setuju
- Tidak setuju
- Cukup
- Setuju
- Sangat setuju

**Persuasion**

1. Setujukah anda bahwa anda tertarik dengan Mie Sedaap “ Aku Ga Punya Papa”.

- Sangat tidak setuju
- Tidak setuju
- Cukup
- Setuju
- Sangat setuju

2. Setujukah anda bahwa anda berkeinginan membeli Mie Sedaap “ Aku Ga Punya Papa.

- Sangat tidak setuju
- Tidak setuju
- Cukup
- Setuju
- Sangat setuju

**Impact**

1. Setujukah anda bahwa anda tahu betul mengenai Mie Sedaap “ Aku Ga Punya Papa.

- Sangat tidak setuju
- Tidak setuju
- Cukup
- Setuju
- Sangat setuju

2. Setujukah anda bahwa iklan Mie Sedaap “ Aku Ga Punya Papa ” lebih kreatif dibandingkan iklan TV mie instant lainnya.

- Sangat tidak setuju
- Tidak setuju
- Cukup
- Setuju
- Sangat setuju

**Communication**

1. Setujukah anda bahwa iklan Mie Sedaap “ Aku Ga Punya Papa “ lebih jelas dibanding iklan TV mie instant lainnya.
  - Sangat tidak setuju
  - Tidak setuju
  - Cukup
  - Setuju
  - Sangat setuju
2. Setujukah anda bahwa iklan TV Mie Sedaap “ Aku Ga Punya Papa” mampu mengkomunikasikan pesan yang disampaikan.
  - Sangat tidak setuju
  - Tidak setuju
  - Cukup
  - Setuju
  - Sangat setuju
3. Setujukah anda bahwa anda mengerti pesan yang disampaikan dalam iklan TV Mie Sedaap “ Aku Ga Punya Papa tersebut.
  - Sangat tidak setuju
  - Tidak setuju
  - Cukup
  - Setuju
  - Sangat setuju
4. Setujukah anda bahwa slogan iklan TV Mie Sedaap “ Aku Ga punya Papa “ sudah tercermin dalam iklan.
  - Sangat tidak setuju
  - Tidak setuju
  - Cukup
  - Setuju
  - Sangat setuju

**D. Komentari anda tentang iklan TV Mie Sedaap “ Aku Ga punya Papa “**

-----

**E. Saran anda tentang iklan TV Mie Sedaap “ Aku Ga punya Papa “**

-----

Atas partisipasi anda saya ucapkan terima kasih,



**LAMPIRAN III**

**UJI VALIDITAS**

**DAN**

**RELIABILITAS**

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,687	2

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Emphaty.1	2,7400	1,144	,527	. <sup>a</sup>
Emphaty.2	2,4100	,891	,527	. <sup>a</sup>

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
5,1500	3,098	1,76025	2

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,617	2

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Impact.1	2,7400	1,023	,448	<sup>a</sup>
Impact.2	2,8000	,869	,448	<sup>a</sup>

<sup>a</sup> The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
5,5400	2,736	1,65401	2



## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,823	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Communication.1	8,3300	5,476	,626	,787
Communication.2	8,2200	4,739	,754	,724
Communication.3	7,9200	4,943	,608	,800
Communication.4	8,2300	5,613	,615	,792

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
10,9000	8,717	2,95249	4



**LAMPIRAN IV**

**ANALISIS PROSENTASE**

## Frequencies

### Frequency Table

#### Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari 20 tahun	42	42,0	42,0	42,0
	20 s/d 25 tahun	56	56,0	56,0	98,0
	Lebih dari 25 tahun	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

#### Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tamat SLTA	93	93,0	93,0	93,0
	Tamat Sarjana	7	7,0	7,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

#### Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	52	52,0	52,0	52,0
	Perempuan	48	48,0	48,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

#### Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	94	94,0	94,0	94,0
	Karyawan/Karyawati	5	5,0	5,0	99,0
	Wiraswasta	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

### Pengeluaran

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari Rp. 500.000	48	48,0	48,0	48,0
	Rp. 500.000 s/d Rp. 1.000.000	43	43,0	43,0	91,0
	Rp. 1.000.000 s/d Rp. 1.500.000	6	6,0	6,0	97,0
	Rp. Lebih dari Rp. 1.500.000	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

### Mie instant apa yang anda konsumsi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pop Mie	3	3,0	3,0	3,0
	Indomie	73	73,0	73,0	76,0
	Supermie	2	2,0	2,0	78,0
	Mi Sedap	21	21,0	21,0	99,0
	Mie Maitiri	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

### Mie instant apa yang paling anda ingat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pop Mie	4	4,0	4,0	4,0
	Indomie	78	78,0	78,0	82,0
	Supermie	2	2,0	2,0	84,0
	Mi Sedap	15	15,0	15,0	99,0
	Mie Maitiri	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

### Popomie

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	84	84,0	84,0	84,0
	Ya	16	16,0	16,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

### Indomie

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	72	72,0	72,0	72,0
	Ya	28	28,0	28,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

### Supermie

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	62	62,0	62,0	62,0
	Ya	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

### MieSedap

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	31	31,0	31,0	31,0
	Ya	69	69,0	69,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

### Apakah anda mengenal Mie Sedap

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	96	96,0	96,0	96,0
	Ya	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

### Apakah anda pernah melihat iklan Mie Sedap versi "Aku Ga Punya Papa" di TV

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	56	56,0	56,0	56,0
	Ya	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Lainnya (Mie Gelas, Gaga Mie, Mie ABC, Mie 100, Mie Sakura, Mie Gepeng)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	60	60,0	60,0	60,0
	Ya	40	40,0	40,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Apakah anda mengenal Mie Sedap**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya, dan saya telah mencantumkan dalam jawaban di atas	91	91,0	91,0	91,0
	Ya, tetapi saya lupa mencantumkan dalam jawaban di atas	8	8,0	8,0	99,0
	Tidak	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Apakah anda pernah melihat iklan Mie Sedap versi "Aku Ga Punya Papa" di TV**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pernah	100	100,0	100,0	100,0



*serviens in lumine veritatis*

**LAMPIRAN V**

**FREQUENCY TABEL**

## Frequencies

### Frequency Table

#### Emphaty.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	17	17,0	17,0	17,0
	Tidak Setuju	39	39,0	39,0	56,0
	Cukup	31	31,0	31,0	87,0
	Setuju	12	12,0	12,0	99,0
	Sangat Setuju	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

#### Emphaty.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	13	13,0	13,0	13,0
	Tidak Setuju	28	28,0	28,0	41,0
	Cukup	37	37,0	37,0	78,0
	Setuju	16	16,0	16,0	94,0
	Sangat Setuju	6	6,0	6,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

#### Persuasion.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	10	10,0	10,0	10,0
	Tidak Setuju	25	25,0	25,0	35,0
	Cukup	47	47,0	47,0	82,0
	Setuju	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



**Communication.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	9	9,0	9,0	9,0
	Tidak Setuju	36	36,0	36,0	45,0
	Cukup	35	35,0	35,0	80,0
	Setuju	18	18,0	18,0	98,0
	Sangat Setuju	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Communication.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	10	10,0	10,0	10,0
	Tidak Setuju	19	19,0	19,0	29,0
	Cukup	37	37,0	37,0	66,0
	Setuju	31	31,0	31,0	97,0
	Sangat Setuju	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Communication.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	5,0	5,0	5,0
	Tidak Setuju	39	39,0	39,0	44,0
	Cukup	42	42,0	42,0	86,0
	Setuju	12	12,0	12,0	98,0
	Sangat Setuju	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



*serviens in lumine veritatis*

**LAMPIRAN VI**

**DATA JAWABAN RESPONDEN**

Case Summaries

	Usia	Pendidikan	Jenis kelamin	Pekerjaan	Pengeluaran	Mie instant apa yang anda konsumsi	Mie instant apa yang paling anda ingat
1	2	3	2	1	2	1	2
2	2	3	2	1	2	3	2
3	2	3	2	1	2	2	2
4	1	3	1	1	2	2	1
5	1	3	1	1	2	2	1
6	1	3	1	1	1	2	2
7	1	3	1	1	2	2	2
8	2	3	1	1	2	2	2
9	2	3	1	2	2	2	2
10	2	3	1	1	2	2	2
11	2	3	1	1	3	4	4
12	2	4	1	1	3	2	2
13	2	3	1	1	3	4	4
14	2	3	1	2	1	2	2
15	2	3	1	3	1	2	2
16	2	3	1	1	1	1	1
17	2	3	1	1	1	2	2
18	2	3	1	1	1	2	2
19	2	4	1	1	1	2	2
20	2	3	1	1	1	4	4
21	2	3	1	1	1	4	4
22	1	3	1	1	1	2	2
23	1	3	1	1	1	4	4
24	1	3	1	1	2	4	2
25	1	3	1	1	3	2	2
26	1	3	1	1	2	2	2
27	1	3	1	1	2	4	2
28	1	3	1	1	1	2	2
29	1	3	1	1	2	4	4
30	2	3	1	1	2	3	2
31	2	3	1	1	2	2	2
32	2	3	1	1	1	2	2
33	2	3	1	1	1	2	2
34	2	3	1	1	1	2	2
35	2	3	1	1	1	2	2
36	2	3	1	1	1	2	2
37	2	3	1	1	1	2	2
38	2	3	1	1	2	2	2
39	2	3	1	1	2	2	2
40	2	3	1	1	2	2	2
41	2	3	1	1	2	4	4
42	2	3	1	1	2	2	2
43	2	3	1	1	2	2	2
44	3	4	1	2	4	2	2
45	2	3	2	1	3	4	4
46	2	3	2	1	3	2	2
47	2	3	2	1	4	2	2
48	1	3	2	1	1	2	2
49	1	3	2	1	1	5	5
50	1	3	2	1	1	2	2
51	1	3	1	1	1	2	2
52	1	3	2	1	1	4	4
53	1	3	2	1	1	2	2

Case Summaries

	Usia	Pendidikan	Jenis kelamin	Pekerjaan	Pengeluaran	Mie instant apa yang anda konsumsi	Mie instant apa yang paling anda ingat
54	1	3	2	1	1	2	2
55	1	3	2	1	1	4	2
56	1	3	2	1	1	1	1
57	1	3	2	1	1	2	2
58	1	3	2	1	1	2	2
59	1	4	2	1	1	2	3
60	1	3	2	1	1	2	2
61	1	3	2	1	1	2	2
62	1	3	2	1	1	2	2
63	1	3	2	1	2	4	4
64	1	3	2	1	2	2	2
65	1	3	2	1	2	2	2
66	1	3	2	1	2	2	2
67	1	3	2	1	2	2	2
68	1	3	2	1	2	2	2
69	1	3	2	1	2	2	2
70	1	3	2	1	2	2	2
71	1	3	2	1	2	2	2
72	1	3	2	1	2	4	4
73	3	4	2	2	2	2	2
74	2	3	2	1	1	2	2
75	2	4	2	1	1	2	2
76	2	3	2	1	1	2	2
77	2	3	2	1	1	4	4
78	2	3	2	1	1	2	2
79	2	3	2	1	1	2	2
80	2	3	2	1	2	4	4
81	2	3	2	1	1	2	2
82	2	3	2	1	1	2	2
83	2	3	2	1	2	2	2
84	2	3	2	1	2	4	4
85	2	4	2	1	2	2	2
86	2	3	2	1	2	4	3
87	2	3	2	1	2	2	2
88	1	3	1	1	1	2	2
89	2	3	1	1	2	2	2
90	2	3	1	2	1	2	2
91	2	3	1	1	1	2	2
92	1	3	1	1	2	4	2
93	1	3	1	1	1	2	2
94	2	3	1	1	2	2	2
95	2	3	1	1	1	2	2
96	2	3	1	1	2	2	2
97	2	3	1	1	2	2	2
98	2	3	2	1	4	2	2
99	1	3	2	1	1	4	4
100	1	3	2	1	1	4	2

Case Summaries

	Popomie	Indomie	Supermie	MieSedap	Apakah anda mengenal Mie Sedap	Apakah anda pernah melihat iklan Mie Sedap versi "Aku Ga Punya Papa" di TV	Lainnya (Mie Gelas, Gaga Mie, Mie ABC, Mie 100, Mie Sakura, Mie Gepeng)
1	0	0	1	1	0	0	0
2	0	0	1	1	1	0	0
3	0	0	1	1	0	1	0
4	0	0	1	1	0	1	0
5	1	0	0	1	0	1	0
6	0	0	0	1	0	1	0
7	0	0	0	0	0	0	0
8	1	0	1	1	0	1	0
9	0	0	1	0	0	0	1
10	0	0	0	1	0	0	0
11	0	1	0	0	0	1	1
12	1	1	1	0	0	0	0
13	0	1	1	0	0	0	0
14	0	0	0	0	0	1	0
15	0	0	0	1	0	1	0
16	0	1	0	1	0	0	1
17	0	0	0	1	0	1	0
18	0	0	0	1	0	0	1
19	0	1	1	1	0	0	0
20	1	0	0	0	0	1	0
21	0	1	1	0	0	0	1
22	0	1	0	1	0	0	1
23	0	1	0	0	0	1	0
24	0	0	0	1	0	1	0
25	0	0	1	1	0	0	0
26	0	0	0	1	0	1	0
27	0	0	1	0	0	0	1
28	0	0	0	1	0	1	1
29	1	1	0	0	0	1	0
30	0	0	1	0	0	1	1
31	1	0	1	1	0	0	0
32	0	0	0	1	0	1	1
33	0	0	0	1	0	0	1
34	0	0	0	1	0	0	0
35	0	0	0	0	0	0	0
36	1	0	1	1	0	0	0
37	0	0	1	1	0	0	0
38	0	0	0	1	1	0	1
39	0	0	1	1	0	0	1
40	0	0	1	1	0	1	0
41	0	1	1	0	0	0	1
42	0	0	0	1	0	0	1
43	1	0	0	1	0	1	0
44	0	0	0	1	0	0	0
45	1	1	0	0	0	1	0
46	1	0	0	0	0	0	0
47	0	0	0	1	0	1	0
48	0	0	1	1	0	0	0
49	0	1	0	1	0	1	0
50	0	0	1	1	0	0	1
51	0	1	0	1	0	1	0
52	0	1	1	0	0	0	1
53	0	0	0	1	0	0	1

Case Summaries

	Popomie	Indomie	Supermie	MieSedap	Apakah anda mengenal Mie Sedap	Apakah anda pernah melihat iklan Mie Sedap versi "Aku Ga Punya Papa" di TV	Lainnya (Mie Gelas, Gaga Mie, Mie ABC, Mie 100, Mie Sakura, Mie Gepeng)
54	0	0	0	1	0	1	1
55	0	0	1	0	0	0	1
56	0	1	1	1	0	0	0
57	0	1	0	1	0	0	1
58	0	0	0	1	0	1	1
59	0	1	0	1	0	0	0
60	0	0	1	1	0	1	0
61	1	0	0	0	0	1	1
62	0	0	1	1	0	1	0
63	0	1	0	0	0	0	1
64	1	1	0	1	0	1	1
65	0	0	0	1	0	0	0
66	0	0	1	0	0	1	1
67	0	0	1	1	1	1	0
68	0	1	0	1	0	1	0
69	1	0	0	1	0	0	1
70	0	0	1	1	0	0	1
71	1	0	0	0	1	0	1
72	0	0	0	0	0	0	0
73	0	0	0	1	0	0	1
74	0	0	1	1	0	0	1
75	0	0	0	1	0	0	1
76	0	0	1	1	0	1	0
77	0	1	0	0	0	0	0
78	0	0	0	1	0	1	0
79	0	1	0	1	0	1	0
80	0	1	1	0	0	0	0
81	0	0	0	1	0	0	1
82	0	0	1	1	0	1	0
83	0	0	0	0	0	0	0
84	0	1	0	0	0	0	0
85	1	1	0	0	0	0	1
86	0	1	0	1	0	0	1
87	0	1	0	1	0	1	0
88	0	0	0	1	0	1	0
89	0	0	0	1	0	0	0
90	0	0	0	0	0	1	0
91	0	0	0	1	0	1	0
92	0	0	0	1	0	1	0
93	0	0	0	1	0	1	1
94	1	0	1	1	0	0	0
95	0	0	1	1	0	0	0
96	0	0	1	1	0	1	0
97	0	0	0	1	0	0	1
98	0	0	0	1	0	1	0
99	0	1	1	0	0	0	1
100	0	0	1	0	0	0	1

Case Summaries

	Apakah anda mengenal Mie Sedap	Apakah anda pernah melihat iklan Mie Sedap versi "Aku Ga Punya Papa" di TV	Emphaty.1	Emphaty.2	Persuasion.1	Persuasion.2	Impact.1
1	1	1	2	2	2	2	2
2	1	1	2	2	2	2	4
3	1	1	2	2	2	1	3
4	1	1	5	5	4	4	4
5	1	1	2	2	2	2	2
6	1	1	2	2	2	2	2
7	1	1	3	2	2	2	3
8	1	1	1	1	1	1	1
9	2	1	3	3	3	3	3
10	1	1	4	4	3	3	2
11	1	1	4	4	4	4	4
12	1	1	2	4	3	3	4
13	1	1	2	2	2	2	2
14	2	1	2	3	2	2	2
15	1	1	2	2	2	2	2
16	1	1	2	3	2	2	2
17	1	1	2	2	3	2	2
18	1	1	3	3	3	3	3
19	1	1	2	1	3	3	5
20	1	1	3	3	3	3	3
21	1	1	3	3	3	4	3
22	1	1	3	3	3	3	2
23	1	1	4	4	4	3	3
24	1	1	3	3	3	3	3
25	1	1	2	2	3	2	2
26	1	1	3	3	3	3	3
27	1	1	1	1	1	3	1
28	1	1	4	3	3	1	3
29	1	1	2	2	4	4	4
30	1	1	4	4	3	2	3
31	1	1	4	4	3	3	3
32	1	1	2	2	2	2	1
33	1	1	2	2	2	3	3
34	1	1	2	2	3	3	2
35	1	1	3	5	4	4	4
36	1	1	3	3	3	3	3
37	1	1	1	5	1	3	2
38	1	1	3	3	3	3	3
39	1	1	2	1	1	4	3
40	1	1	3	3	3	3	3
41	1	1	3	3	3	3	3
42	1	1	2	3	3	3	2
43	1	1	1	2	2	2	4
44	1	1	2	2	3	3	2
45	1	1	4	4	4	4	4
46	2	1	1	3	2	2	2
47	1	1	2	5	3	3	3
48	1	1	3	3	4	3	4
49	1	1	2	2	2	3	1
50	1	1	1	3	1	3	4
51	1	1	1	4	4	2	5
52	1	1	2	2	3	2	3
53	1	1	1	1	1	1	1

## Case Summaries

	Apakah anda mengenal Mie Sedap	Apakah anda pernah melihat iklan Mie Sedap versi "Aku Ga Punya Papa" di TV	Emphaty.1	Emphaty.2	Persuasion.1	Persuasion.2	Impact.1
54	1	1	3	4	3	3	4
55	2	1	3	3	3	2	5
56	1	1	1	1	2	2	3
57	1	1	2	2	2	2	2
58	1	1	3	3	4	4	4
59	1	1	3	2	2	2	3
60	1	1	2	2	2	2	2
61	2	1	3	3	3	3	3
62	1	1	2	1	1	1	1
63	1	1	3	4	4	3	3
64	1	1	2	2	2	3	4
65	1	1	3	3	2	2	4
66	1	1	2	2	4	3	3
67	1	1	1	2	3	2	3
68	1	1	3	3	3	2	2
69	1	1	3	3	3	4	3
70	1	1	3	3	3	3	3
71	2	1	1	1	1	1	1
72	1	1	3	3	3	3	3
73	1	1	2	3	3	1	3
74	1	1	4	4	2	2	4
75	1	1	3	3	3	3	3
76	1	1	1	1	2	2	3
77	1	1	2	1	3	2	3
78	1	1	2	3	3	3	2
79	1	1	2	3	3	3	3
80	1	1	2	2	3	3	3
81	1	1	1	1	4	3	3
82	1	1	3	4	4	2	3
83	1	1	1	1	4	1	3
84	1	1	3	4	4	4	3
85	3	1	1	1	1	1	1
86	1	1	4	3	4	4	2
87	1	1	1	4	4	3	3
88	1	1	2	2	2	2	2
89	1	1	4	4	3	3	2
90	2	1	2	3	2	2	2
91	1	1	2	2	3	2	2
92	1	1	3	3	3	3	3
93	1	1	4	3	3	1	3
94	1	1	4	4	3	3	3
95	1	1	1	5	1	3	2
96	1	1	3	3	3	3	3
97	1	1	2	3	3	3	2
98	1	1	2	5	4	2	3
99	1	1	2	2	3	2	3
100	2	1	3	3	3	2	5



Case Summaries

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

Case Summaries

	Impact.2	Communication.1	Communication.2	Communication.3	Communication.4
54	3	3	4	4	3
55	5	5	5	5	5
56	1	3	4	5	4
57	2	2	2	2	2
58	4	4	3	4	3
59	3	3	3	3	2
60	2	2	2	2	2
61	3	2	2	2	2
62	1	1	1	1	2
63	3	3	1	3	3
64	3	3	1	1	3
65	2	2	3	4	2
66	3	3	4	4	4
67	2	2	2	2	2
68	2	2	2	3	3
69	3	3	3	3	3
70	3	3	4	4	3
71	1	1	1	1	1
72	1	1	2	2	2
73	3	3	2	2	2
74	2	2	3	4	2
75	3	3	3	3	3
76	1	3	1	1	1
77	2	2	3	3	1
78	2	2	2	2	2
79	4	2	2	4	3
80	3	3	3	4	3
81	4	3	3	4	3
82	4	2	2	4	2
83	3	2	3	3	3
84	3	3	2	3	3
85	1	1	1	1	3
86	4	3	4	4	3
87	2	4	1	1	4
88	2	2	2	4	2
89	4	3	4	3	4
90	2	2	3	3	3
91	2	2	2	4	2
92	3	2	2	2	2
93	3	2	2	3	2
94	3	4	4	2	2
95	3	2	2	2	2
96	3	3	3	3	3
97	4	3	3	3	3
98	5	3	4	3	3
99	3	1	2	2	3
100	5	5	5	5	5

