

BAB III

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa efektifitas iklan *display* otomotif Toyota New Yaris dan Honda All New Jazz pada mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Atma Jaya Yogyakarta angkatan 2007-2010 diukur dengan menggunakan *EPIC Model*. Penelitian ini menganalisa efektivitas iklan cetak *display* dengan menggunakan alat analisa *EPIC Model* yang memandang efektifitas iklan ke dalam 4 dimensi penilaian yang meliputi: *Empathy* (empati), *Persuasion* (persuasi), *Impact* (dampak), dan *Communication* (komunikasi).

1. *Empathy* (empati)

Dimensi ini diukur dengan 2 indikator pertanyaan kuesioner untuk mengetahui tingkat representasi jiwa muda iklan *display* otomotif Toyota New Yaris dan Honda All New Jazz dan tingkat kesukaan iklan *display* otomotif Toyota New Yaris dan Honda All New Jazz. Untuk iklan *display* otomotif Toyota New Yaris, dengan menggunakan metode skor rata-rata, diketahui dimensi *empathy* masuk dalam rentang skala efektif (3,429-4,285) yaitu dengan skor 4,054. Hal ini menunjukkan bahwa iklan *display* otomotif Toyota New Yaris dinilai efektif dalam menciptakan kedekatan emosional dan disukai oleh *audiences* (pembaca). Sementara untuk iklan *display* otomotif Honda All New Jazz, dimensi *empathy* memiliki skor 2,587 yang masuk dalam skala cukup efektif namun sangat dekat dengan

batas skala tidak efektif (skala 1,715-2,571). Skor iklan display otomotif Honda All New Jazz menunjukkan bahwa iklan tersebut masih cukup untuk menciptakan kedekatan emosional dan disukai oleh *audiences* (pembaca).

2. *Persuasion* (persuasi)

Dimensi ini dianalisa dengan 2 indikator pertanyaan kuesioner untuk mengetahui apakah kedua iklan *display* otomotif (Toyota New Yaris dan Honda All New Jazz) dinilai mampu mempengaruhi *audiences* (pembaca) sehingga tertarik dengan produk otomotif yang di dalam iklan dispaly tersebut dan berkeinginan membeli produk tersebut. Dengan menggunakan metode skor rata-rata, iklan *display* otomotif Toyota New Yaris dimensi persuasi, masuk dalam rentang skala cukup efektif yaitu dengan skor 3,092. Hal ini menunjukkan bahwa iklan *display* otomotif Toyota New Yaris dinilai cukup efektif dalam mengembangkan daya tarik suatu merek serta memberikan dampak positif terhadap keinginan pembelian. Lain halnya dengan iklan *display* otomotif Honda All New Jazz yang masuk dalam skala tidak efektif dengan skor 2,467. Iklan tersebut kurang mampu untuk mengembangkan daya tariknya sehingga tidak efektif dalam merubah kepercayaan, sikap ataupun keinginan berprilaku seperti yang diinginkan pengiklan yakni untuk konsumen membeli produknya.

3. *Impact* (dampak)

Dua indikator pertanyaan kuesioner digunakan dalam dimensi ini untuk menganalisa apakah berdasarkan iklan tersebut, *audiences*

(pembaca) memiliki *product knowledge* atas mobil Toyota New Yaris dan Honda All New Jazz dan untuk mengukur perbandingan tingkat kreatifitas iklan cetak *display* tersebut dengan iklan cetak *display* lainnya yang sejenis. Dengan menggunakan metode skor rata-rata diketahui bahwa dimensi *impact* dalam iklan display otomotif Toyota New Yaris masuk dalam rentang skala cukup efektif yaitu dengan skor 2,945. Rentang skala tersebut menunjukkan bahwa iklan display otomotif Toyota New Yaris cukup menonjol dibandingkan dengan iklan lainnya yang sejenis dan mampu menarik perhatian audiens. Lain halnya dengan iklan display otomotif Honda All New Jazz yang berada pada rentang skala tidak efektif dengan skor 2,257 yang kurang menonjol dibandingkan iklan sejenisnya sehingga tidak efektif dalam menarik perhatian audiens.

4. *Communication* (komunikasi)

Dimensi ini dianalisa atau diukur dengan 3 indikator pertanyaan kuesioner untuk mengetahui apakah iklan *display* otomotif Toyota New Yaris dan Honda All New Jazz dinilai jelas dan mampu menyampaikan pesan kepada *audiences* (pembaca). Iklan display otomotif Toyota New Yaris memiliki skor 2,999 dan iklan display otomotif Honda All New Jazz dengan skor 2,956 menempatkan rentang skala kedua iklan tersebut dalam skala cukup efektif dalam dimensi *communication*. Melihat skor kedua iklan *display* otomotif, dapat diketahui bahwa kedua iklan tersebut cukup efektif dan cukup jelas dalam menyampaikan pesan kepada audiens.

B. Saran

1. Dalam membuat iklan cetak *display* otomotif, sebaiknya perusahaan otomotif mengutamakan, menonjolkan pada penguatan karakter dari produk produknya itu sendiri sehingga konsumen, target sasaran iklan mengetahui ciri khas dan image dari produknya sebagai suatu produk otomotif, seperti misalnya: Honda Jazz sebagai mobil yang paling tinggi tingkat keamanannya, dan Toyota New Yaris dikenal untuk mobil yang paling rendah kadar emisinya.
2. Sebaiknya perusahaan otomotif dalam membuat iklan *display* selanjutnya selain menciptakan iklan yang menarik juga memperhatikan kemampuan iklan dalam hal persuasi terhadap *audiences* dan kemampuan iklan dalam meningkatkan *product knowledge* (pengetahuan produk) konsumen. Karena pada dasarnya iklan yang menarik dan disukai oleh *audiences* (pembaca) belum merupakan jaminan bahwa iklan tersebut akan efektif dalam mempengaruhi *audiences* untuk tertarik membeli produk yang ditawarkan.
3. Bagi peneliti lain, dalam mengukur efektifitas sebuah iklan hendaknya memilih iklan yang sesuai dengan waktu penelitian atau masih aktual dan aktif ditayangkan di media, baik elektronik maupun media cetak, sehingga dapat meminimalisir kemungkinan munculnya faktor-faktor lain di luar iklan tersebut yang menjadi pertimbangan *audiences* dalam menilai.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmadi, Durianto *et al.*, 2003. *Invasi Pasar dengan Iklan Yang Efektif*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Engle, James F., 1989. *Promotional Strategy: Managing The Marketing Communication Process*, Illinois: Richard D. Irwin Inc.
- Hasan, M. Iqbal, 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*, Cet. Pertama. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Jefkins, Frank, 1997. *Periklanan*, Jakarta: Erlangga.
- Kasali, Renald, 1995. *Manajemen Periklanan*, Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Philip, 2003. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 10. Terjemahan: Hendra Teguh *et.al.* Jakarta, PT Prenhallindo.
- Kriyantono, Rachmat, 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Liliweri, Alo, 1992. *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*, Bandung: PT. Aditya Bakti.
- McQuail, Denis, 1991. *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Erlangga.
- Peter, J Paul dan Jerry C Olson, 2000. *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jilid 2, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Pusat Bahasa (Indonesia), 1991. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka
- Rangkuti, Freddy, 2004. *The Power of Brands*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanto, Bedjo, 2000. *Iklan surat kabar dan perubahan masyarakat di Jawa masa kolonial 1870-1915*, Yogyakarta: Tarawang.
- Shimp, Terence A., 2003. *Periklanan Promosi : Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid 2, Edisi kelima, Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, 2002. *Metode Statistika*. Bandung:Tarsito

Umar, Husein, 1999. **Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis.** Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Widyatama, Rendra, 2007. **Pengantar periklanan.** Yogyakarta, Pustaka Book Publisher (Kelompok Penerbit Pinus).

Internet:

<http://nasional.kompas.com/read/2008/08/12/15130193/olah.koran.dunia.naik>

<http://oto.detik.com/read/2010/04/19/-120004/1340972/648/daftar-10-mobil-terlaris-maret-2010>

http://www.kabarbisnis.com/aneka-bisnis/transportasi/2810537-2010_penjualan_otomotif_bisa_tembus_750_000_unit.html

<http://www.pasangiklan.com/tarifiklan>

<http://www.tribunjabar.co.id/read/artikel/12980>

<http://www.gaikindo.or.id>

Instansi:

Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan (BAAK) Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TOYOTA NEW YARIS

Empathy

1. Iklan cetak display otomotif Toyota New Yaris mampu merepresentasikan jiwa muda anda.
 - Sangat tidak setuju sekali
 - Sangat tidak setuju
 - Tidak setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat setuju
 - Sangat setuju sekali

2. Anda menyukai iklan cetak display otomotif tersebut.
 - Sangat tidak setuju sekali
 - Sangat tidak setuju
 - Tidak setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat setuju
 - Sangat setuju sekali

Persuasion

1. Anda tertarik dengan iklan cetak display otomotif Toyota New Yaris karena wujud visualnya (garis, bidang, gambar, warna, foto dan teks).
 - Sangat tidak setuju sekali
 - Sangat tidak setuju
 - Tidak setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat setuju
 - Sangat setuju sekali

2. Iklan tersebut membuat anda berkeinginan membeli mobil Toyota New Yaris.
 - Sangat tidak setuju sekali
 - Sangat tidak setuju
 - Tidak setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat setuju
 - Sangat setuju sekali

Impact

1. Hanya dari ilustrasinya, anda tahu iklan cetak display otomotif tersebut adalah iklan Toyota New Yaris.
 - Sangat tidak setuju sekali
 - Sangat tidak setuju
 - Tidak setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat setuju
 - Sangat setuju sekali

2. Layout iklan cetak display otomotif Toyota New Yaris lebih kreatif dibandingkan iklan cetak display otomotif lainnya.
 - Sangat tidak setuju sekali
 - Sangat tidak setuju
 - Tidak setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat setuju
 - Sangat setuju sekali

Communication

1. iklan cetak display otomotif Toyota New Yaris lebih jelas dibanding iklan cetak display otomotif lainnya.
 - Sangat tidak setuju sekali
 - Sangat tidak setuju
 - Tidak setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat setuju
 - Sangat setuju sekali

2. Naskah dalam iklan cetak display otomotif Toyota New Yaris mampu mengkomunikasikan pesan yang disampaikan.
 - Sangat tidak setuju sekali
 - Sangat tidak setuju
 - Tidak setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat setuju
 - Sangat setuju sekali

3. Anda mengerti pesan yang disampaikan dalam iklan cetak display otomotif tersebut.
 - Sangat tidak setuju sekali
 - Sangat tidak setuju
 - Tidak setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat setuju
 - Sangat setuju sekali

HONDA ALL NEW JAZZ

Empathy

1. Iklan cetak display otomotif Honda All New Jazz mampu merepresentasikan jiwa muda anda.
 - Sangat tidak setuju sekali
 - Sangat tidak setuju
 - Tidak setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat setuju
 - Sangat setuju sekali

2. Anda menyukai iklan cetak display otomotif tersebut.
 - Sangat tidak setuju sekali
 - Sangat tidak setuju
 - Tidak setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat setuju
 - Sangat setuju sekali

Persuasion

1. Anda tertarik dengan iklan cetak display otomotif Honda All New Jazz karena wujud visualnya (garis, bidang, gambar, warna, foto dan teks).
 - Sangat tidak setuju sekali
 - Sangat tidak setuju
 - Tidak setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat setuju
 - Sangat setuju sekali

2. Iklan tersebut membuat anda berkeinginan membeli mobil Honda All New Jazz.
 - Sangat tidak setuju sekali
 - Sangat tidak setuju
 - Tidak setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat setuju
 - Sangat setuju sekali

Impact

1. Hanya dari ilustrasinya, anda tahu iklan cetak display otomotif tersebut adalah iklan Honda All New Jazz.
 - Sangat tidak setuju sekali
 - Sangat tidak setuju
 - Tidak setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat setuju
 - Sangat setuju sekali

2. Layout iklan cetak display otomotif Honda All New Jazz lebih kreatif dibandingkan iklan cetak display otomotif lainnya.
 - Sangat tidak setuju sekali
 - Sangat tidak setuju
 - Tidak setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat setuju
 - Sangat setuju sekali

Communication

1. Iklan cetak display otomotif Honda All New Jazz lebih jelas dibanding iklan cetak display otomotif lainnya.
 - Sangat tidak setuju sekali
 - Sangat tidak setuju
 - Tidak setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat setuju
 - Sangat setuju sekali

2. Naskah dalam iklan cetak display otomotif Honda All New Jazz mampu mengkomunikasikan pesan yang disampaikan.
 - Sangat tidak setuju sekali
 - Sangat tidak setuju
 - Tidak setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat setuju
 - Sangat setuju sekali

3. Anda mengerti pesan yang disampaikan dalam iklan cetak display otomotif tersebut.
 - Sangat tidak setuju sekali
 - Sangat tidak setuju
 - Tidak setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat setuju
 - Sangat setuju sekali

Rekapitulasi Kuesioner

Toyota

no	e1	e2	p1	p2	i1	i2	c1	c2	c3	E	P	I	C
1	4	3	3	4	5	4	5	4	5	7	7	9	14
2	4	3	4	3	5	4	3	5	5	7	7	9	13
3	6	6	3	3	3	3	5	5	5	12	6	6	15
4	7	7	4	4	4	4	5	7	7	14	8	8	19
5	5	6	4	4	3	4	5	4	5	11	8	7	14
6	5	6	7	3	4	4	5	4	5	11	10	8	14
7	3	5	4	3	3	3	5	4	5	8	7	6	14
8	6	6	5	7	6	6	4	4	4	12	12	12	12
9	5	5	3	4	5	6	3	3	3	10	7	11	9
10	6	6	3	3	4	4	1	1	1	12	6	8	3
11	5	5	5	5	4	4	3	3	4	10	10	8	10
12	4	5	4	5	4	4	4	4	4	9	9	8	12
13	5	5	3	3	3	3	6	6	5	10	6	6	17
14	5	4	4	4	4	4	3	3	4	9	8	8	10
15	4	4	4	4	3	4	3	3	4	8	8	7	10
16	5	5	5	5	5	5	6	4	3	10	10	10	13
17	7	6	3	4	5	4	3	4	4	13	7	9	11
18	5	4	5	7	5	5	4	4	4	9	12	10	12
19	4	5	4	4	4	5	3	4	3	9	8	9	10
20	4	5	4	5	5	4	2	2	2	9	9	9	6
21	5	5	5	4	3	4	4	4	3	10	9	7	11
22	5	5	5	5	4	5	6	6	4	10	10	9	16
23	6	5	3	3	3	3	6	5	4	11	6	6	15
24	4	3	4	5	5	4	4	4	3	7	9	9	11
25	5	6	4	4	4	4	3	5	4	11	8	8	12
26	5	7	4	4	3	3	4	4	3	12	8	6	11
27	5	5	4	4	3	3	4	4	3	10	8	6	11
28	3	5	7	6	6	6	1	1	1	8	13	12	3
29	6	3	5	4	4	4	3	4	3	9	9	8	10
30	5	6	4	5	2	5	4	3	4	11	9	7	11
31	6	5	3	4	3	3	4	4	5	11	7	6	13
32	6	5	4	3	5	5	4	5	6	11	7	10	15
33	4	5	3	3	3	3	6	5	5	9	6	6	16
34	5	5	4	5	5	4	3	5	4	10	9	9	12
35	5	5	3	4	3	3	4	5	4	10	7	6	13

36	4	4	3	4	3	4	5	4	5
37	5	4	4	2	3	3	3	3	3
38	5	6	4	5	5	5	1	1	1
39	5	6	4	3	5	4	4	3	4
40	4	4	5	5	3	3	4	4	5
41	4	5	5	5	4	3	3	3	4
42	5	5	4	3	3	3	4	3	3
43	5	5	5	5	3	3	3	3	4
44	5	6	5	5	4	4	4	3	3
45	5	7	4	4	3	4	5	2	3
46	4	5	5	5	4	4	6	5	5
47	3	4	7	4	6	7	3	3	3
48	6	5	4	4	3	3	5	4	3
49	5	5	4	5	5	5	4	3	3
50	6	5	3	4	4	5	4	3	4
51	6	6	3	3	5	4	4	3	3
52	5	6	3	3	3	3	4	4	4
53	7	6	3	3	4	3	5	5	4
54	5	6	4	3	5	5	3	4	5
55	6	4	4	5	3	3	3	7	7
56	5	5	4	2	5	5	7	7	6
57	6	6	7	7	3	3	4	5	4
58	5	4	3	3	4	4	3	5	5
59	6	5	3	5	3	3	3	5	5
60	6	6	6	4	2	2	3	5	5
61	4	5	6	4	4	5	4	3	3
62	5	5	5	5	4	3	5	4	5
63	4	3	4	5	4	4	3	3	3
64	5	5	5	5	5	6	3	4	4
65	5	5	3	5	4	3	3	4	3
66	6	5	3	5	3	1	5	5	4
67	6	5	4	3	3	3	6	6	5
68	5	3	3	4	3	3	4	4	4
69	6	7	3	3	2	3	2	2	3
70	5	5	4	5	4	3	3	5	5
71	6	5	4	4	3	3	5	3	3
72	5	3	4	4	4	4	6	5	5
73	5	5	4	6	5	4	3	4	5
74	5	4	3	3	5	3	4	4	4
	8	7	7	14					
	9	6	6	9					
	11	9	10	3					
	11	7	9	11					
	8	10	6	13					
	9	10	7	10					
	10	7	6	10					
	10	10	6	10					
	11	10	8	10					
	12	8	7	10					
	9	10	8	16					
	7	11	13	9					
	11	8	6	12					
	10	9	10	10					
	11	7	9	11					
	12	6	9	10					
	11	6	6	12					
	13	6	7	14					
	11	7	10	12					
	10	9	6	17					
	10	6	10	20					
	12	14	6	13					
	9	6	8	13					
	11	8	6	13					
	12	10	4	13					
	9	10	9	10					
	10	10	7	14					
	7	9	8	9					
	10	10	11	11					
	10	8	7	10					
	11	8	4	14					
	11	7	6	17					
	8	7	6	12					
	13	6	5	7					
	10	9	7	13					
	11	8	6	11					
	8	8	8	16					
	10	10	9	12					
	9	6	8	12					

75	6	6	5	4	7	6	5	5	5		12	9	13	15
76	5	5	4	5	6	5	3	4	5		10	9	11	12
77	5	5	3	3	4	3	3	5	5		10	6	7	13
78	5	5	2	3	2	2	3	3	3		10	5	4	9
79	4	5	5	5	3	3	4	5	5		9	10	6	14
80	5	4	3	3	5	4	4	5	5		9	6	9	14
81	3	4	4	4	5	4	4	3	3		7	8	9	10
82	6	5	4	5	4	4	5	3	4		11	9	8	12
83	7	6	3	3	5	3	5	5	3		13	6	8	13
84	5	6	4	3	4	3	5	3	4		11	7	7	12
85	4	5	3	5	5	4	2	3	3		9	8	9	8
86	4	3	3	3	4	4	4	4	5		7	6	8	13
87	5	6	3	3	5	3	3	3	3		11	6	8	9
88	6	6	5	5	4	5	4	5	5		12	10	9	14
89	5	4	4	5	3	4	4	6	7		9	9	7	17
90	6	7	4	4	5	6	3	5	5		13	8	11	13
91	6	6	5	5	5	5	3	5	5		12	10	10	13

Honda

no	e1	e2	p1	p2	i1	i2	c1	c2	c3	E	P	I	C
1	5	4	5	3	3	4	5	5	5	9	8	7	15
2	4	4	4	4	5	4	4	5	5	8	8	9	14
3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	6	6	7	10
4	4	5	5	3	6	3	3	4	4	9	8	9	11
5	5	4	5	3	5	5	4	5	5	9	8	10	14
6	5	4	5	3	4	4	3	3	4	9	8	8	10
7	2	3	2	1	2	2	4	4	4	5	3	4	12
8	4	4	4	3	4	4	4	4	4	8	7	8	12
9	4	3	4	2	3	3	3	4	4	7	6	6	11
10	4	3	3	3	3	3	4	5	4	7	6	6	13
11	3	4	3	3	3	3	5	6	4	7	6	6	15
12	3	3	3	3	3	3	4	3	3	6	6	6	10
13	3	3	3	3	4	3	4	4	3	6	6	7	11
14	2	4	3	4	2	3	3	4	4	6	7	5	11
15	2	4	4	4	2	3	4	4	4	6	8	5	12
16	3	3	3	1	1	1	2	4	4	6	4	2	10
17	2	4	4	4	2	3	3	4	4	6	8	5	11
18	3	3	3	3	3	3	4	3	3	6	6	6	10

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

58	3	4	3	3	4	4	3	5	4	7	6	8	12
59	4	5	5	3	6	3	3	4	4	9	8	9	11
60	3	3	3	3	4	3	4	3	3	6	6	7	10
61	2	3	3	3	2	3	3	4	4	5	6	5	11
62	2	4	4	4	2	3	4	4	4	6	8	5	12
63	3	4	3	4	1	3	2	4	4	7	7	4	10
64	2	3	4	1	2	1	3	4	4	5	5	3	11
65	3	4	3	4	3	3	4	4	3	7	7	6	11
66	5	3	5	3	3	3	5	3	5	8	8	6	13
67	4	4	4	3	5	4	4	5	5	8	7	9	14
68	3	4	3	4	4	4	3	5	4	7	7	8	12
69	4	3	5	3	6	3	3	3	4	7	8	9	10
70	5	5	5	3	5	3	4	4	5	10	8	8	13
71	5	4	5	3	4	5	3	5	4	9	8	9	12
72	5	4	5	3	4	4	4	3	5	9	8	8	12
73	4	4	3	3	3	5	5	5	4	8	6	8	14
74	4	3	4	3	4	3	3	3	4	7	7	7	10
75	5	3	4	3	4	3	3	4	4	8	7	7	11
76	3	4	3	3	4	3	4	4	5	7	6	7	13
77	5	4	5	3	4	3	4	4	5	9	8	7	13
78	3	3	3	3	1	3	4	4	4	6	6	4	12
79	4	4	4	3	3	4	3	5	4	8	7	7	12
80	4	4	3	3	3	4	4	4	4	8	6	7	12
81	3	3	3	2	3	3	5	4	4	6	5	6	13
82	3	3	3	3	3	3	4	5	3	6	6	6	12
83	3	4	3	3	4	3	4	6	3	7	6	7	13
84	5	3	5	3	3	3	4	3	5	8	8	6	12
85	3	4	3	3	1	4	4	5	4	7	6	5	13
86	3	3	3	1	3	2	4	4	3	6	4	5	11
87	2	4	3	4	2	3	3	4	4	6	7	5	11
88	2	3	4	3	2	3	3	4	4	5	7	5	11
89	3	4	3	4	1	3	4	4	4	7	7	4	12
90	4	4	4	4	4	3	4	4	4	8	8	7	12
91	4	4	3	3	3	4	5	4	4	8	6	7	13

```

DATASET CLOSE DataSet0.
CORRELATIONS
/VARIABLES=e1 e2 E
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

Notes		
Output Created		2011-02-17T09:42:18.451
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet1 <none> <none> <none>
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=e1 e2 E /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time Elapsed Time	0:00:00.000 0:00:00.008

[DataSet1]

Correlations

		e1	e2	E
e1	Pearson Correlation	1.000	.463**	.839**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	91.000	91	91
e2	Pearson Correlation	.463**	1.000	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	91	91.000	91
E	Pearson Correlation	.839**	.871**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	91	91	91.000

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

```
CORRELATIONS  
/VARIABLES=p1 p2 P  
/PRINT=TWOTAIL NOSIG  
/MISSING=PAIRWISE.
```

Correlations

Notes		
Output Created		2011-02-17T09:42:27.659
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet1 <none> <none> <none>
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=p1 p2 P /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time Elapsed Time	0:00:00.032 0:00:00.014

[DataSet1]

Correlations

		p1	p2	P
p1	Pearson Correlation	1.000	.465**	.853**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	91.000	91	91
p2	Pearson Correlation	.465**	1.000	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	91	91.000	91
P	Pearson Correlation	.853**	.859**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	91	91	91.000

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

```
CORRELATIONS  
/VARIABLES=i1 i2 I  
/PRINT=TWOTAIL NOSIG  
/MISSING=PAIRWISE.
```

Correlations

Notes		
Output Created		2011-02-17T09:42:35.270
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet1 <none> <none> <none>
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=i1 i2 /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time Elapsed Time	0:00:00.047 0:00:00.043

[DataSet1]

Correlations

		i1	i2	I
i1	Pearson Correlation	1.000	.684**	.917**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	91.000	91	91
i2	Pearson Correlation	.684**	1.000	.918**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	91	91.000	91
I	Pearson Correlation	.917**	.918**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	91	91	91.000

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

```
CORRELATIONS  
/VARIABLES=c1 c2 c3 C  
/PRINT=TWOTAIL NOSIG  
/MISSING=PAIRWISE.
```

Correlations

Notes		
Output Created		2011-02-17T09:42:48.622
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet1 <none> <none> <none>
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=c1 c2 c3 C /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time Elapsed Time	0:00:00.047 0:00:00.034

[DataSet1]

Correlations

		c1	c2	c3	C
c1	Pearson Correlation	1.000	.524**	.417**	.764**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	91.000	91	91	91
c2	Pearson Correlation	.524**	1.000	.791**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	91	91.000	91	91
c3	Pearson Correlation	.417**	.791**	1.000	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	91	91	91.000	91
C	Pearson Correlation	.764**	.912**	.867**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91.000

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

```
RELIABILITY
/VARIABLES=e1 e2
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability

Notes		
Output Created		2011-02-17T09:42:55.003
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File Matrix Input	DataSet1 <none> <none> <none> Matrix Input
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax	RELIABILITY /VARIABLES=e1 e2 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.	
Resources	Processor Time Elapsed Time	0:00:00.000 0:00:00.003

[DataSet1]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	91	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.631	2

```
RELIABILITY  
/VARIABLES=p1 p2  
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability

Notes		
Output Created		2011-02-17T09:43:04.956
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File Matrix Input	DataSet1 <none> <none> <none> Matrix Input
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax	RELIABILITY /VARIABLES=p1 p2 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.	
Resources	Processor Time Elapsed Time	0:00:00.000 0:00:00.010

[DataSet1]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	91	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.635	2

```
RELIABILITY  
/VARIABLES=i1 i2  
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability

Notes		
Output Created		2011-02-17T09:43:12.981
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File Matrix Input	DataSet1 <none> <none> <none> Matrix Input
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax	RELIABILITY /VARIABLES=i1 i2 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.	
Resources	Processor Time Elapsed Time	0:00:00.016 0:00:00.004

[DataSet1]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	91	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.813	2

```
RELIABILITY  
/VARIABLES=c1 c2 c3  
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability

Notes		
Output Created		2011-02-17T09:43:24.062
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File Matrix Input	DataSet1 <none> <none> <none> Matrix Input
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax	RELIABILITY /VARIABLES=c1 c2 c3 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.	
Resources	Processor Time Elapsed Time	0:00:00.000 0:00:00.003

[DataSet1]

Scale: ALL VARIABLES**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	91	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	91	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.804	3

```
FREQUENCIES VARIABLES=e1 e2
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frequencies

		Notes
Output Created		2011-02-17T10:02:45.026
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet1 <none> <none> <none> 91
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=e1 e2 /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time Elapsed Time	0:00:00.000 0:00:00.003

[DataSet1]

Statistics

	e1	e2
N	Valid	91
	Missing	0

Frequency Table**e1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	4.4	4.4
	4	17	18.7	18.7
	5	43	47.3	70.3
	6	23	25.3	95.6
	7	4	4.4	100.0
Total	91	100.0	100.0	

e2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	8.8	8.8
	4	13	14.3	14.3
	5	42	46.2	46.2
	6	23	25.3	25.3
	7	5	5.5	5.5
Total	91	100.0	100.0	

FREQUENCIES VARIABLES=p1 p2
 /ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes		
Output Created		2011-02-17T10:02:53.583
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet1 <none> <none> <none>
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=p1 p2 /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time Elapsed Time	0:00:00.000 0:00:00.003

[DataSet1]

Statistics

		p1	p2
N	Valid	91	91
	Missing	0	0

Frequency Table

p1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.1	1.1	1.1
	3	28	30.8	30.8	31.9
	4	38	41.8	41.8	73.6
	5	18	19.8	19.8	93.4
	6	2	2.2	2.2	95.6
	7	4	4.4	4.4	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

p2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.2	2.2	2.2
	3	26	28.6	28.6	30.8
	4	28	30.8	30.8	61.5
	5	30	33.0	33.0	94.5
	6	2	2.2	2.2	96.7
	7	3	3.3	3.3	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

```
FREQUENCIES VARIABLES=i1 i2
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frequencies

Notes		
Output Created		2011-02-17T10:03:03.880
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet1 <none> <none> <none>
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=i1 i2 /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time Elapsed Time	0:00:00.000 0:00:00.005

[DataSet1]

Statistics		
	i1	i2
N	Valid Missing	91 0

Frequency Table

i1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4.4	4.4	4.4
	3	29	31.9	31.9	36.3
	4	27	29.7	29.7	65.9
	5	26	28.6	28.6	94.5
	6	4	4.4	4.4	98.9
	7	1	1.1	1.1	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

i2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.1	1.1	1.1
	2	2	2.2	2.2	3.3
	3	33	36.3	36.3	39.6
	4	33	36.3	36.3	75.8
	5	15	16.5	16.5	92.3
	6	6	6.6	6.6	98.9
	7	1	1.1	1.1	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

FREQUENCIES VARIABLES=c1 c2 c3
 /ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes		
Output Created		2011-02-17T10:03:14.774
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet1 <none> <none> <none>
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=c1 c2 c3 /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time Elapsed Time	0:00:00.000 0:00:00.001

[DataSet1]

Statistics				
	c1	c2	c3	
N	Valid	91	91	91
	Missing	0	0	0

Frequency Table

c1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.3	3.3	3.3
	2	3	3.3	3.3	6.6
	3	30	33.0	33.0	39.6
	4	29	31.9	31.9	71.4
	5	17	18.7	18.7	90.1
	6	8	8.8	8.8	98.9
	7	1	1.1	1.1	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

c2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.3	3.3	3.3
	2	3	3.3	3.3	6.6
	3	24	26.4	26.4	33.0
	4	29	31.9	31.9	64.8
	5	25	27.5	27.5	92.3
	6	4	4.4	4.4	96.7
	7	3	3.3	3.3	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

c3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.3	3.3	3.3
	2	1	1.1	1.1	4.4
	3	26	28.6	28.6	33.0
	4	26	28.6	28.6	61.5
	5	30	33.0	33.0	94.5
	6	2	2.2	2.2	96.7
	7	3	3.3	3.3	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

```
FREQUENCIES VARIABLES=e1 e2
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frequencies

		Notes
Output Created		2011-02-17T19:40:08.573
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none> 91
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=e1 e2 /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time Elapsed Time	0:00:00.000 0:00:00.002

[DataSet0]

Statistics		
	e1	e2
N	Valid Missing	91 0
		91 0

Frequency Table

e1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	14	15.4	15.4	15.4
	3	31	34.1	34.1	49.5
	4	27	29.7	29.7	79.1
	5	19	20.9	20.9	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

e2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	38	41.8	41.8	41.8
	4	49	53.8	53.8	95.6
	5	4	4.4	4.4	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

FREQUENCIES VARIABLES=p1 p2
 /ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes		
Output Created		2011-02-17T19:40:18.554
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none>
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=p1 p2 /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time Elapsed Time	0:00:00.000 0:00:00.002

[DataSet0]

Statistics		
	p1	p2
N	Valid Missing	91 0

Frequency Table

p1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.3	3.3	3.3
	3	43	47.3	47.3	50.5
	4	23	25.3	25.3	75.8
	5	22	24.2	24.2	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

p2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	8.8	8.8	8.8
	2	4	4.4	4.4	13.2
	3	63	69.2	69.2	82.4
	4	16	17.6	17.6	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

```
FREQUENCIES VARIABLES=i1 i2
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frequencies

Notes		
Output Created		2011-02-17T19:40:25.830
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none>
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=i1 i2 /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time Elapsed Time	0:00:00.000 0:00:00.003

[DataSet0]

Statistics		
	i1	i2
N	Valid Missing	91 0

Frequency Table

i1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	8.8	8.8	8.8
	2	14	15.4	15.4	24.2
	3	31	34.1	34.1	58.2
	4	26	28.6	28.6	86.8
	5	8	8.8	8.8	95.6
	6	4	4.4	4.4	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

i2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.3	3.3	3.3
	2	5	5.5	5.5	8.8
	3	55	60.4	60.4	69.2
	4	22	24.2	24.2	93.4
	5	6	6.6	6.6	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

```
FREQUENCIES VARIABLES=c1 c2 c3
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frequencies

Notes		
Output Created		2011-02-17T19:40:35.513
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none>
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=c1 c2 c3 /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time Elapsed Time	0:00:00.015 0:00:00.003

[DataSet0]

Statistics				
	c1	c2	c3	
N	Valid	91	91	91
	Missing	0	0	0

Frequency Table

c1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.3	3.3	3.3
	3	28	30.8	30.8	34.1
	4	48	52.7	52.7	86.8
	5	12	13.2	13.2	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

c2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	18	19.8	19.8	19.8
	4	45	49.5	49.5	69.2
	5	22	24.2	24.2	93.4
	6	6	6.6	6.6	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

c3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	12	13.2	13.2	13.2
	4	58	63.7	63.7	76.9
	5	21	23.1	23.1	100.0
	Total	91	100.0	100.0	