

BAB IV PENUTUP

Berdasarkan pemaparan dan pembahasan data dari bab I hingga bab III sebelumnya, maka dalam bab IV ini akan dipaparkan kesimpulan dan juga saran yang berhubungan dengan penelitian ini.

A. KESIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil data dan pembahasan dalam penelitian ini adalah :

1. Hasil uji regresi linear sederhana pada pengaruh durasi menonton televisi terhadap tingkat terpaan iklan televisi menunjukkan pengaruh yang signifikan. Hal ini didukung dengan adanya nilai sig = 0,000 dan nilai R = 0,654 pada uji regresi variabel durasi menonton televisi terhadap tingkat terpaan iklan televisi. Nilai R Square dinyatakan sebesar 0,428, yang berarti bahwa variabel durasi menonton televisi memiliki pengaruh sebesar 42,8% terhadap variabel tingkat terpaan iklan televisi.
2. Hasil uji regresi linear sederhana pada pengaruh tingkat terpaan iklan televisi terhadap tingkat *perceived quality* merek apabila diantarai oleh sikap khalayak terhadap iklan televisi menunjukkan pengaruh yang signifikan. Hal ini didukung dengan adanya nilai sig = 0,000 dan nilai R = 0,694 pada uji regresi variabel tingkat terpaan iklan televisi terhadap sikap khalayak terhadap iklan televisi serta nilai sig = 0,000 dan nilai R = 0,710 pada uji regresi variabel sikap khalayak terhadap iklan televisi terhadap

tingkat *perceived quality* merek. Variabel tingkat terpaan iklan televisi memiliki pengaruh sebesar 48,2% terhadap sikap khalayak terhadap iklan televisi yang dinyatakan dengan nilai R square sebesar 0,482, sedangkan variabel sikap khalayak terhadap iklan televisi memiliki pengaruh sebesar 50,4% terhadap tingkat *perceived quality* merek yang dinyatakan dengan nilai R Square sebesar 0,504.

3. Hasil uji regresi linear sederhana pada pengaruh tingkat terpaan iklan televisi terhadap tingkat *perceived quality* menunjukkan pengaruh yang signifikan. Hal ini didukung dengan adanya nilai sig = 0,000 dan nilai R = 0,625 pada uji regresi variabel tingkat terpaan iklan televisi terhadap tingkat *perceived quality* merek. Nilai R Square dinyatakan sebesar 0,391, yang berarti bahwa variabel tingkat terpaan iklan televisi memiliki pengaruh sebesar 39,1% terhadap variabel tingkat *perceived quality* merek.
4. Hasil uji regresi linear sederhana pada pengaruh tingkat terpaan iklan televisi terhadap tingkat *perceived quality* merek ketika dikontrol oleh pengalaman menggunakan produk dan pengaruh kelompok referensi menunjukkan pengaruh yang signifikan apabila hanya dikontrol oleh pengalaman menggunakan produk, namun jika dikontrol oleh pengaruh kelompok referensi menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan. Hal ini didukung dengan adanya nilai sig = 0,000 dan nilai R = 0,630 pada uji regresi variabel tingkat terpaan iklan televisi terhadap variabel tingkat *perceived quality* merek ketika dikontrol oleh variabel pengalaman menggunakan produk serta nilai sig = 0,953 dan nilai R = 0,010 pada uji

regresi variabel tingkat terpaan iklan televisi terhadap variabel tingkat *perceived quality* merek ketika dikontrol oleh variabel pengaruh kelompok referensi. Nilai R Square dinyatakan sebesar 0,409, yang berarti bahwa variabel tingkat terpaan iklan televisi memiliki pengaruh sebesar 40,9% terhadap variabel tingkat *perceived quality* merek ketika dikontrol oleh variabel pengalaman menggunakan produk dan pengaruh kelompok referensi.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, terdapat beberapa saran dari peneliti, sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan dan praktisi periklanan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, diperoleh hasil bahwa tingkat terpaan iklan televisi berpengaruh terhadap tingkat *perceived quality* merek. Peneliti menyarankan agar frekuensi untuk penayangan iklan di media televisi lebih ditingkatkan karena akan memberi kesempatan pada khalayak untuk diterpa aktivitas periklanan, terlebih jika memiliki durasi untuk menonton televisi yang tinggi.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh tingkat terpaan iklan televisi terhadap tingkat *perceived quality* merek juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti frekuensi menonton televisi, sikap khalayak terhadap iklan televisi, pengalaman menggunakan produk, dan pengaruh kelompok referensi. Peneliti menyarankan bagi peneliti selanjutnya yang

akan meneliti hal yang serupa, sebaiknya menambahkan faktor-faktor lain seperti penempatan spot iklan dan durasi pemasangan iklan di televisi yang sekiranya faktor-faktor tersebut akan mempengaruhi tingkat terpaan iklan televisi terhadap tingkat *perceived quality* merek. Penelitian ini memiliki kelemahan pada populasi dan sampel yang diambil. Peneliti menyarankan agar populasi yang diambil merupakan populasi yang karakteristiknya berkaitan erat dengan objek penelitian, sebagai contoh populasi untuk penelitian ini sebaiknya adalah populasi dimana tingkat penjualan teh celup Sariwangi lebih tinggi dibanding daerah-daerah sekitarnya. Sampel yang diambil sebaiknya merupakan jumlah yang mendekati jumlah keseluruhan populasi, sehingga data penelitian yang diperoleh menjadi lebih luas dan layak untuk mewakili keseluruhan populasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adona, Fitri. *Citra dan Kekerasan Simbolik*. Padang : Andalas University. 2002.
- Azwar, Saiffudin. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 1995.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Anton Wachidin Widjaja, dan Hendrawan Supratikno. *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama. 2003.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan Toni Sitinjak. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama. 2001.
- Jenkins, Frank. *Periklanan*. Jakarta : Erlangga. 1997.
- Kennedy, John E., dan R. Dermawan Soemanagara. *Marketing Communication: Teknik dan Strategi*. Jakarta : PT. Bhuana Ilmu Populer. 2006.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. New Jersey : Prentice Hall Inc. 1997.
- Krech, David. *Social Attitudes: Sikap Sosial*. Jakarta : Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1996.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group. 2006.
- Malhotra, Naresh K. *Marketing Research An Applied Orientation*. New Jersey : Prentice Hall, Inc. 1999.
- Morissan. *Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Tangerang : Penerbit Ramdina Perkasa. 2007.
- Rakhmat, Jalaludin. *Psikologi Komunikasi (Edisi Revisi)*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya. 2005.

Shimp, Terence A. *Periklanan Promosi – Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Penerbit Erlangga. 2003.

Simamora, Bilson. *Riset Pemasaran*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka. 2004.

Singarimbun, Masri dan Sofyan Effendi. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3ES. 1995.

Sissors, Jack Z. dan Lincoln Bumba. *Advertising Media Planning*. Illinois : NTC Bussiness Book. 1997.

Sumartono. *Terperangkap dalam Iklan*. Bandung : Alfabeta. 2002.

Susanto, A.B. dan Himawan Wijanarko. *Power Branding*. Jakarta : Quantum Bisnis dan Manajemen. 2004.

Tjiptono, Fandy. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta : Penerbit Andi. 2005.

Widyatama, Rendra. *Pengantar Periklanan*. Jakarta : Buana Pustaka Indonesia. 2005.

Website :

Arismunandar, Satrio. 2008. Indomedia Blog. 22 Januari 2008. *Belanja Iklan 2007 Bergeser dari Media TV ke Surat Kabar*. (Akses 16 September 2009). Tersedia dalam World Wide Web : <http://blogarchieve.indomediablog.asiabloggingnetwork/>

Nuria. 2008. *Belanja Iklan Rokok Menurun 7%*. (Akses 6 September 2009). Tersedia dalam World Wide Web : <http://www.okezone.com/>

Simanjuntak, Yeni. 2009. *Bisnis Jual Citra Yang Ga Ada Matinya*. (Akses 16 September 2009). Tersedia dalam World Wide Web : <http://www.bisnis.com/>

Unilever Indonesia. 2010. *Perusahaan Kami*. (Akses 16 Agustus 2010). Tersedia dalam World Wide Web : <http://unilever.com/>

Sariwangi Mari Bicara. 2010. *Tentang Produk*. (Akses 23 Mei 2010). Tersedia dalam World Wide Web : <http://mari-bicara.com/>

Sariwangi Mari Bicara. 2010. *Tentang Mari Bicara*. (Akses 23 Mei 2010). Tersedia dalam World Wide Web : <http://mari-bicara.com/>

Sariwangi Mari Bicara. 2010. *Iklan Televisi Mari Bicara*. (Akses 27 Agustus 2010). Tersedia dalam World Wide Web : <http://mari-bicara.com/>





LAMPIRAN

KUESIONER

Berkenaan dengan studi yang sedang saya tempuh pada Program Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta, sebagai bagian akhir dari studi tersebut, saya berkewajiban untuk melakukan penelitian dalam rangka penyelesaian skripsi. Adapun judul skripsi saya adalah “Tingkat Terpaan Iklan Televisi Terhadap Tingkat *Perceived Quality* Merek (Studi Survey Eksplanatif pada Iklan Produk Teh Celup Sariwangi dengan Tema “Mari Ngeteh, Mari Bicara” Episode Berbagi Inspirasi Di Kampung Paten Jurang, Magelang)”, oleh karena itu dengan hormat saya mohon bantuan dari Ibu-ibu sekalian agar bersedia untuk mengisi lembar kuesioner yang saya berikan ini sebagai bagian dari penelitian yang sedang saya kerjakan. Saya berharap bahwa isian tersebut sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dalam diri Ibu sekalian. Atas kesediaan dan bantuan Ibu sekalian saya ucapkan banyak terima kasih.

Yogyakarta, 28 Juni 2010

Hormat saya,

Maria Ratna Wikaningtyas

Data Responden

No. :.....(diisi oleh peneliti)

Nama :.....

Usia :.....

Jawablah pertanyaan-pertanyaan di bawah ini dengan mengisi titik-titik yang tersedia sesuai dengan keadaan diri Anda yang sebenarnya.

A. Durasi Menonton Televisi

1. Berapa rata-rata lama waktu yang Anda habiskan dalam sehari untuk menonton televisi?

Jawab:.....

Petunjuk:

- Untuk menjawab pernyataan-pernyataan berikut, Anda hanya cukup memberi tanda check (v) pada kotak yang tersedia, sesuai dengan keadaan diri Anda yang sebenarnya.
- STS merupakan singkatan dari Sangat Tidak Setuju, sedangkan SS merupakan singkatan dari Sangat Setuju.
- Tiap jawaban STS-SS mempunyai variasi nilai antara 1 sampai dengan 5

B. Tingkat Terpaan Iklan Televisi

| No | Pernyataan | SS | | | | STS |
|----|---|-----|---|---|---|-----|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 2. | Saya mengganti saluran TV yang sedang saya tonton ke saluran lain ketika ada iklan Mari Ngeteh, Mari Bicara episode Berbagi Inspirasi muncul. | | | | | |
| | | STS | | | | SS |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. | Ketika menonton televisi, saya sering melihat iklan Mari Ngeteh, Mari Bicara episode Berbagi Inspirasi muncul saat jeda iklan. | | | | | |
| 4. | Ketika menonton televisi, saya ingin lebih sering untuk menyaksikan iklan Mari Ngeteh, Mari Bicara episode Berbagi Inspirasi jika muncul saat jeda iklan. | | | | | |

C. Sikap Khalayak Terhadap Iklan Televisi

Pernyataan berikut ini berkaitan dengan sikap yang Anda miliki terhadap iklan televisi Mari Ngeteh, Mari Bicara.

| No | Pernyataan | STS | | | | SS |
|----|--|-----|---|---|---|----|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. | Saya menyukai tema beriklan (Mari Ngeteh, Mari Bicara) yang digunakan oleh teh celup Sariwangi. | | | | | |
| 6. | Saya menyukai judul Berbagi Inspirasi yang dipakai oleh Sariwangi untuk beriklan. | | | | | |
| 7. | Saya menyukai jalan cerita yang ditampilkan pada iklan Sariwangi episode Berbagi Inspirasi. | | | | | |
| 8. | Saya menyukai acting para pemain ketika memerankan tokoh suami atau tokoh istri dalam iklan Sariwangi episode Berbagi Inspirasi. | | | | | |
| 9. | Saya menyukai produk teh celup Sariwangi yang diiklankan melalui episode Berbagi Inspirasi. | | | | | |

Pernyataan berikut ini berkaitan dengan pengalaman Anda dalam menggunakan produk Sariwangi.

| No | Pernyataan | STS | | | | SS |
|-----|--|-----|---|---|---|----|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10. | Saya menggunakan teh celup Sariwangi di rumah. | | | | | |
| 11. | Setidaknya saya meminum teh celup Sariwangi 1x dalam sehari. | | | | | |
| 12. | Saya menyajikan teh celup Sariwangi ketika ada tamu yang datang. | | | | | |
| 13. | Saya menyajikan teh celup Sariwangi kepada anggota keluarga. | | | | | |
| 14. | Keluarga saya berpendapat bahwa teh celup Sariwangi enak. | | | | | |

Pernyataan berikut ini berhubungan dengan pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian.

| No. | Pernyataan | STS | | | | SS |
|-----|--|-----|---|---|---|----|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15. | Keluarga saya meminta untuk mengganti teh celup yang saya gunakan sebelumnya dengan teh celup Sariwangi. | | | | | |
| 16. | Keluarga saya meminta untuk selalu memakai teh celup Sariwangi. | | | | | |
| 17. | Banyak tetangga saya yang menyarankan agar saya beralih ke merek Sariwangi. | | | | | |

D. Tingkat Perceived Quality Merek

Pernyataan berikut ini berkaitan dengan persepsi kualitas merek teh celup Sariwangi yang Anda miliki.

| No | Pernyataan | STS | | | | SS |
|-----|--|-----|---|---|---|----|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18. | Menurut saya produk teh celup merek Sariwangi memiliki bentuk kemasan yang bagus | | | | | |
| 19. | Menurut saya produk teh celup merek Sariwangi memiliki warna kemasan yang menarik | | | | | |
| 20. | Menurut saya harga dari produk teh celup merek Sariwangi tergolong murah | | | | | |
| 21. | Menurut saya produk teh celup merek Sariwangi memiliki kualitas yang bagus | | | | | |
| 22. | Menurut saya produk teh celup merek Sariwangi memiliki rasa yang enak | | | | | |
| 23. | Menurut saya produk teh celup merek Sariwangi memiliki kandungan anti oksidan yang banyak | | | | | |
| 24. | Menurut saya produk teh celup merek Sariwangi merupakan produk yang aman bagi kesehatan | | | | | |
| 25. | Menurut saya produk teh celup merek Sariwangi memiliki jenis variasi produk teh yang beragam | | | | | |
| 26. | Menurut saya keaslian produk teh celup merek Sariwangi terjaga | | | | | |



Lampiran 2 Data Jawaban Responden

Case Summaries

| | Usia | Durasi menonton | Terpaan_1 | Terpaan_2 | Terpaan_3 | Sikap_1 | Sikap_2 | Sikap_3 | Sikap_4 | Sikap_5 | Pengalaman_1 | Pengalaman_2 | Pengalaman_3 | Pengalaman_4 | Pengalaman_5 |
|----|------|-----------------|-----------|-----------|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 1 | 30 | 2 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 2 | 35 | 2 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 3 | 20 | 5 | 1 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 |
| 4 | 25 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 19 | 3 | 3 | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 6 | 21 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 |
| 7 | 24 | 2 | 4 | 3 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 |
| 8 | 20 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 9 | 38 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 2 | 1 | 3 | 3 | 4 |
| 10 | 18 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 11 | 36 | 3 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 |
| 12 | 38 | 4 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 13 | 38 | 3 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 14 | 35 | 2 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 15 | 28 | 2 | 4 | 3 | 1 | 5 | 5 | 2 | 5 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 1 |
| 16 | 19 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 |
| 17 | 17 | 8 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 |
| 18 | 24 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| 19 | 60 | 1 | 4 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 20 | 21 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 |
| 21 | 25 | 2 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 5 | 5 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | 5 |
| 22 | 49 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 |
| 23 | 23 | 4 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 24 | 24 | 3 | 1 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 1 | 5 | 4 | 2 | 1 | 5 |
| 25 | 25 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 26 | 45 | 1 | 4 | 5 | 2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 |
| 27 | 46 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 28 | 60 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 29 | 46 | 2 | 1 | 5 | 1 | 5 | 1 | 1 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 1 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 30 | 59 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 31 | 31 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 32 | 56 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 4 | 2 | 2 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| 33 | 68 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 34 | 49 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 |
| 35 | 28 | 4 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 36 | 34 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 37 | 31 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 38 | 40 | 2 | 1 | 1 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| 39 | 57 | 2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 1 | 3 | 3 |
| 40 | 30 | 2 | 1 | 3 | 1 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| 41 | 35 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 42 | 20 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 |
| 43 | 25 | 8 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 44 | 28 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 45 | 24 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 46 | 39 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 1 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 47 | 18 | 8 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 48 | 39 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 |
| 49 | 38 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 50 | 35 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 51 | 34 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 52 | 19 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| 53 | 32 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 54 | 55 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 55 | 29 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| 56 | 50 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 57 | 29 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 58 | 33 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 59 | 45 | 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| 60 | 47 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 61 | 55 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 62 | 46 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 63 | 37 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 64 | 56 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 65 | 50 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 |

| Kel_Ref_1 | Kel_Ref_2 | Kel_Ref_3 | PQ_1 | PQ_2 | PQ_3 | PQ_4 | PQ_5 | PQ_6 | PQ_7 | PQ_8 | PQ_9 |
|-----------|-----------|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 2 | 2 | 1 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 1 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 2 | 1 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 2 | 1 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 1 | 5 | 5 | 1 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 1 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 2 | 2 | 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 2 | 2 | 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 1 | 1 | 5 | 5 |
| 2 | 1 | 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 2 | 5 |
| 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 1 | 1 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 1 | 1 | 1 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 |
| 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 |
| 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 2 | 5 | 2 | 3 |
| 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 |
| 3 | 2 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 5 | 5 | 2 |
| 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 2 | 5 |
| 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 1 | 5 | 3 | 5 |
| 1 | 2 | 1 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 5 |
| 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 1 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 2 | 1 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 2 | 1 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 |
| 4 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 1 | 5 | 5 | 1 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 2 | 2 | 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 2 | 2 | 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 2 | 1 | 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 2 | 5 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 1 | 1 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 1 | 1 | 1 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 2 | 5 | 2 | 3 |
| 3 | 2 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 |
| 2 | 2 | 1 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 2 | 1 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 2 | 2 | 1 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 2 | 1 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |

seruiens in lumine veritatis

Lampiran 3.1
Tabel Validitas dan Reliabilitas Tingkat Terpaan Iklan Televisi

Reliability

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-------------|----|-------|
| Cases | Valid | 89 | 100,0 |
| | Excluded(a) | 0 | ,0 |
| | Total | 89 | 100,0 |

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,711 | 3 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|-----------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Terpaan_1 | 6,34 | 5,999 | ,351 | ,828 |
| Terpaan_2 | 5,75 | 4,461 | ,685 | ,415 |
| Terpaan_3 | 6,38 | 5,011 | ,581 | ,556 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|------|----------|----------------|------------|
| 9,24 | 10,137 | 3,184 | 3 |

Lampiran 3.2
Tabel Validitas dan Reliabilitas Sikap Khalayak terhadap Iklan Televisi

Reliability

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------|----|-------|
| Cases | Valid | 89 | 100,0 |
| | Excluded(a) | 0 | ,0 |
| | Total | 89 | 100,0 |

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---------------------|------------|
| ,888 | 5 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---------|-------------------------------|--------------------------------------|--|--|
| Sikap_1 | 15,21 | 19,238 | ,795 | ,848 |
| Sikap_2 | 15,03 | 20,647 | ,804 | ,849 |
| Sikap_3 | 15,22 | 20,540 | ,760 | ,857 |
| Sikap_4 | 15,07 | 20,791 | ,727 | ,864 |
| Sikap_5 | 15,46 | 21,206 | ,584 | ,900 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|----------------|------------|
| 19,00 | 31,136 | 5,580 | 5 |

Lampiran 3.3
Tabel Validitas dan Reliabilitas Pengalaman Menggunakan Produk dan Pengaruh
Kelompok Referensi

Reliability

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-------------|----|-------|
| Cases | Valid | 89 | 100,0 |
| | Excluded(a) | 0 | ,0 |
| | Total | 89 | 100,0 |

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,923 | 5 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|--------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Pengalaman_1 | 11,79 | 26,215 | ,895 | ,886 |
| Pengalaman_2 | 11,96 | 26,680 | ,841 | ,897 |
| Pengalaman_3 | 11,87 | 29,845 | ,690 | ,926 |
| Pengalaman_4 | 11,94 | 28,031 | ,844 | ,897 |
| Pengalaman_5 | 11,60 | 29,289 | ,734 | ,918 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|----------------|------------|
| 14,79 | 42,943 | 6,553 | 5 |

Reliability

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------|----|-------|
| Cases | Valid | 89 | 100,0 |
| | Excluded(a) | 0 | ,0 |
| | Total | 89 | 100,0 |

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---------------------|------------|
| ,839 | 3 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|-----------|-------------------------------|--------------------------------------|--|--|
| Kel_Ref_1 | 5,28 | 7,136 | ,636 | ,840 |
| Kel_Ref_2 | 5,42 | 6,405 | ,761 | ,717 |
| Kel_Ref_3 | 5,55 | 6,818 | ,713 | ,766 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|------|----------|----------------|------------|
| 8,12 | 14,132 | 3,759 | 3 |

Lampiran 3.4
Tabel Validitas dan Reliabilitas Tingkat *Perceived Quality* Merek

Reliability

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------|----|-------|
| Cases | Valid | 89 | 100,0 |
| | Excluded(a) | 0 | ,0 |
| | Total | 89 | 100,0 |

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---------------------|------------|
| ,882 | 9 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------|-------------------------------|--------------------------------------|--|--|
| PQ_1 | 31,42 | 46,541 | ,551 | ,875 |
| PQ_2 | 31,20 | 45,504 | ,746 | ,862 |
| PQ_3 | 31,48 | 47,162 | ,513 | ,878 |
| PQ_4 | 31,35 | 43,707 | ,741 | ,860 |
| PQ_5 | 31,65 | 44,025 | ,666 | ,866 |
| PQ_6 | 32,00 | 43,250 | ,624 | ,870 |
| PQ_7 | 31,57 | 44,952 | ,537 | ,878 |
| PQ_8 | 31,69 | 44,218 | ,583 | ,874 |
| PQ_9 | 31,24 | 45,069 | ,805 | ,858 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|----------------|------------|
| 35,45 | 56,046 | 7,486 | 9 |

Lampiran 4.1
Tabel Frekuensi

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------|-----------|--------------|---------------|--------------------|
| 17 | 1 | 1,1 | 1,1 | 1,1 |
| 18 | 3 | 3,4 | 3,4 | 4,5 |
| 19 | 4 | 4,5 | 4,5 | 9,0 |
| 20 | 5 | 5,6 | 5,6 | 14,6 |
| 21 | 3 | 3,4 | 3,4 | 18,0 |
| 22 | 1 | 1,1 | 1,1 | 19,1 |
| 23 | 1 | 1,1 | 1,1 | 20,2 |
| 24 | 5 | 5,6 | 5,6 | 25,8 |
| 25 | 6 | 6,7 | 6,7 | 32,6 |
| 26 | 1 | 1,1 | 1,1 | 33,7 |
| 28 | 4 | 4,5 | 4,5 | 38,2 |
| 29 | 2 | 2,2 | 2,2 | 40,4 |
| 30 | 4 | 4,5 | 4,5 | 44,9 |
| 31 | 3 | 3,4 | 3,4 | 48,3 |
| 32 | 1 | 1,1 | 1,1 | 49,4 |
| 33 | 1 | 1,1 | 1,1 | 50,6 |
| 34 | 3 | 3,4 | 3,4 | 53,9 |
| 35 | 6 | 6,7 | 6,7 | 60,7 |
| 36 | 2 | 2,2 | 2,2 | 62,9 |
| Valid 37 | 1 | 1,1 | 1,1 | 64,0 |
| 38 | 6 | 6,7 | 6,7 | 70,8 |
| 39 | 2 | 2,2 | 2,2 | 73,0 |
| 40 | 1 | 1,1 | 1,1 | 74,2 |
| 42 | 1 | 1,1 | 1,1 | 75,3 |
| 45 | 2 | 2,2 | 2,2 | 77,5 |
| 46 | 3 | 3,4 | 3,4 | 80,9 |
| 47 | 1 | 1,1 | 1,1 | 82,0 |
| 49 | 2 | 2,2 | 2,2 | 84,3 |
| 50 | 2 | 2,2 | 2,2 | 86,5 |
| 53 | 1 | 1,1 | 1,1 | 87,6 |
| 55 | 2 | 2,2 | 2,2 | 89,9 |
| 56 | 2 | 2,2 | 2,2 | 92,1 |
| 57 | 1 | 1,1 | 1,1 | 93,3 |
| 59 | 1 | 1,1 | 1,1 | 94,4 |
| 60 | 2 | 2,2 | 2,2 | 96,6 |
| 62 | 1 | 1,1 | 1,1 | 97,8 |
| 65 | 1 | 1,1 | 1,1 | 98,9 |
| 68 | 1 | 1,1 | 1,1 | 100,0 |
| Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Lampiran 4.2
Tabel Frekuensi Variabel Durasi Menonton Televisi

Frequency Table

Frekuensi menonton

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 1 | 14 | 15,7 | 15,7 | 15,7 |
| 2 | 24 | 27,0 | 27,0 | 42,7 |
| 3 | 20 | 22,5 | 22,5 | 65,2 |
| 4 | 23 | 25,8 | 25,8 | 91,0 |
| 5 | 3 | 3,4 | 3,4 | 94,4 |
| 8 | 3 | 3,4 | 3,4 | 97,8 |
| 9 | 2 | 2,2 | 2,2 | 100,0 |
| Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Lampiran 4.3
Tabel Frekuensi Variabel Tingkat Terpaan Iklan Televisi

Terpaan Iklan

Frequency Table

Terpaan_1

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 20 | 22,5 | 22,5 | 22,5 |
| | Tidak Setuju | 12 | 13,5 | 13,5 | 36,0 |
| | Ragu-Ragu | 27 | 30,3 | 30,3 | 66,3 |
| | Setuju | 17 | 19,1 | 19,1 | 85,4 |
| | Sangat Setuju | 13 | 14,6 | 14,6 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Terpaan_2

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 11 | 12,4 | 12,4 | 12,4 |
| | Tidak Setuju | 8 | 9,0 | 9,0 | 21,3 |
| | Ragu-Ragu | 24 | 27,0 | 27,0 | 48,3 |
| | Setuju | 19 | 21,3 | 21,3 | 69,7 |
| | Sangat Setuju | 27 | 30,3 | 30,3 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Terpaan_3

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 17 | 19,1 | 19,1 | 19,1 |
| | Tidak Setuju | 20 | 22,5 | 22,5 | 41,6 |
| | Ragu-Ragu | 23 | 25,8 | 25,8 | 67,4 |
| | Setuju | 17 | 19,1 | 19,1 | 86,5 |
| | Sangat Setuju | 12 | 13,5 | 13,5 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Terpaan iklan

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Rendah | 13 | 14,6 | 14,6 | 14,6 |
| | Sedang | 40 | 44,9 | 44,9 | 59,6 |
| | Tinggi | 36 | 40,4 | 40,4 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |



Lampiran 4.4
Tabel Frekuensi Variabel Sikap Khalayak Terhadap Iklan Televisi

Sikap

Frequency Table

Sikap_1

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 11 | 12,4 | 12,4 | 12,4 |
| | Tidak Setuju | 5 | 5,6 | 5,6 | 18,0 |
| | Ragu-Ragu | 19 | 21,3 | 21,3 | 39,3 |
| | Setuju | 11 | 12,4 | 12,4 | 51,7 |
| | Sangat Setuju | 43 | 48,3 | 48,3 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Sikap_2

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 8 | 9,0 | 9,0 | 9,0 |
| | Tidak Setuju | 4 | 4,5 | 4,5 | 13,5 |
| | Ragu-Ragu | 8 | 9,0 | 9,0 | 22,5 |
| | Setuju | 32 | 36,0 | 36,0 | 58,4 |
| | Sangat Setuju | 37 | 41,6 | 41,6 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Sikap_3

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 9 | 10,1 | 10,1 | 10,1 |
| | Tidak Setuju | 6 | 6,7 | 6,7 | 16,9 |
| | Ragu-Ragu | 14 | 15,7 | 15,7 | 32,6 |
| | Setuju | 27 | 30,3 | 30,3 | 62,9 |
| | Sangat Setuju | 33 | 37,1 | 37,1 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Sikap_4

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 10 | 11,2 | 11,2 | 11,2 |
| | Tidak Setuju | 4 | 4,5 | 4,5 | 15,7 |
| | Ragu-Ragu | 6 | 6,7 | 6,7 | 22,5 |
| | Setuju | 31 | 34,8 | 34,8 | 57,3 |
| | Sangat Setuju | 38 | 42,7 | 42,7 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Sikap_5

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 15 | 16,9 | 16,9 | 16,9 |
| | Tidak Setuju | 8 | 9,0 | 9,0 | 25,8 |
| | Ragu-Ragu | 9 | 10,1 | 10,1 | 36,0 |
| | Setuju | 28 | 31,5 | 31,5 | 67,4 |
| | Sangat Setuju | 29 | 32,6 | 32,6 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Sikap

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Rendah | 8 | 9,0 | 9,0 | 9,0 |
| | Sedang | 10 | 11,2 | 11,2 | 20,2 |
| | Tinggi | 71 | 79,8 | 79,8 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Lampiran 4.5
Tabel Frekuensi Variabel Pengalaman Menggunakan Produk dan Pengaruh
Kelompok Referensi

Pengalaman

Frequency Table

Pengalaman_1

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 23 | 25,8 | 25,8 | 25,8 |
| | Tidak Setuju | 16 | 18,0 | 18,0 | 43,8 |
| | Ragu-Ragu | 10 | 11,2 | 11,2 | 55,1 |
| | Setuju | 18 | 20,2 | 20,2 | 75,3 |
| | Sangat Setuju | 22 | 24,7 | 24,7 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Pengalaman_2

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 28 | 31,5 | 31,5 | 31,5 |
| | Tidak Setuju | 16 | 18,0 | 18,0 | 49,4 |
| | Ragu-Ragu | 7 | 7,9 | 7,9 | 57,3 |
| | Setuju | 19 | 21,3 | 21,3 | 78,7 |
| | Sangat Setuju | 19 | 21,3 | 21,3 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Pengalaman_3

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 20 | 22,5 | 22,5 | 22,5 |
| | Tidak Setuju | 18 | 20,2 | 20,2 | 42,7 |
| | Ragu-Ragu | 19 | 21,3 | 21,3 | 64,0 |
| | Setuju | 13 | 14,6 | 14,6 | 78,7 |
| | Sangat Setuju | 19 | 21,3 | 21,3 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Pengalaman_4

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 24 | 27,0 | 27,0 | 27,0 |
| | Tidak Setuju | 15 | 16,9 | 16,9 | 43,8 |
| | Ragu-Ragu | 13 | 14,6 | 14,6 | 58,4 |
| | Setuju | 25 | 28,1 | 28,1 | 86,5 |
| | Sangat Setuju | 12 | 13,5 | 13,5 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Pengalaman_5

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 16 | 18,0 | 18,0 | 18,0 |
| | Tidak Setuju | 14 | 15,7 | 15,7 | 33,7 |
| | Ragu-Ragu | 20 | 22,5 | 22,5 | 56,2 |
| | Setuju | 15 | 16,9 | 16,9 | 73,0 |
| | Sangat Setuju | 24 | 27,0 | 27,0 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Pengalaman

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Rendah | 11 | 12,4 | 12,4 | 12,4 |
| | Sedang | 22 | 24,7 | 24,7 | 37,1 |
| | Tinggi | 56 | 62,9 | 62,9 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Kelompok Referensi

Frequency Table

Kel_Ref_1

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 22 | 24,7 | 24,7 | 24,7 |
| | Tidak Setuju | 19 | 21,3 | 21,3 | 46,1 |
| | Ragu-Ragu | 14 | 15,7 | 15,7 | 61,8 |
| | Setuju | 19 | 21,3 | 21,3 | 83,1 |
| | Sangat Setuju | 15 | 16,9 | 16,9 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Kel_Ref_2

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 26 | 29,2 | 29,2 | 29,2 |
| | Tidak Setuju | 17 | 19,1 | 19,1 | 48,3 |
| | Ragu-Ragu | 18 | 20,2 | 20,2 | 68,5 |
| | Setuju | 13 | 14,6 | 14,6 | 83,1 |
| | Sangat Setuju | 15 | 16,9 | 16,9 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Kel_Ref_3

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 31 | 34,8 | 34,8 | 34,8 |
| | Tidak Setuju | 13 | 14,6 | 14,6 | 49,4 |
| | Ragu-Ragu | 18 | 20,2 | 20,2 | 69,7 |
| | Setuju | 17 | 19,1 | 19,1 | 88,8 |
| | Sangat Setuju | 10 | 11,2 | 11,2 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Kelompok referensi

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Rendah | 31 | 34,8 | 34,8 | 34,8 |
| | Sedang | 26 | 29,2 | 29,2 | 64,0 |
| | Tinggi | 32 | 36,0 | 36,0 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |



Lampiran 4.6
Tabel Frekuensi Variabel Tingkat *Perceived Quality* Merek

Perceived quality

Frequency Table

PQ_1

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 4 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | Tidak Setuju | 2 | 2,2 | 2,2 | 6,7 |
| | Ragu-Ragu | 22 | 24,7 | 24,7 | 31,5 |
| | Setuju | 20 | 22,5 | 22,5 | 53,9 |
| | Sangat Setuju | 41 | 46,1 | 46,1 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

PQ_2

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 2 | 2,2 | 2,2 | 2,2 |
| | Tidak Setuju | 2 | 2,2 | 2,2 | 4,5 |
| | Ragu-Ragu | 14 | 15,7 | 15,7 | 20,2 |
| | Setuju | 25 | 28,1 | 28,1 | 48,3 |
| | Sangat Setuju | 46 | 51,7 | 51,7 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

PQ_3

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 6 | 6,7 | 6,7 | 6,7 |
| | Tidak Setuju | 2 | 2,2 | 2,2 | 9,0 |
| | Ragu-Ragu | 12 | 13,5 | 13,5 | 22,5 |
| | Setuju | 38 | 42,7 | 42,7 | 65,2 |
| | Sangat Setuju | 31 | 34,8 | 34,8 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

PQ_4

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 6 | 6,7 | 6,7 | 6,7 |
| | Tidak Setuju | 4 | 4,5 | 4,5 | 11,2 |
| | Ragu-Ragu | 4 | 4,5 | 4,5 | 15,7 |
| | Setuju | 36 | 40,4 | 40,4 | 56,2 |
| | Sangat Setuju | 39 | 43,8 | 43,8 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

PQ_5

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 8 | 9,0 | 9,0 | 9,0 |
| | Tidak Setuju | 3 | 3,4 | 3,4 | 12,4 |
| | Ragu-Ragu | 17 | 19,1 | 19,1 | 31,5 |
| | Setuju | 32 | 36,0 | 36,0 | 67,4 |
| | Sangat Setuju | 29 | 32,6 | 32,6 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

PQ_6

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 12 | 13,5 | 13,5 | 13,5 |
| | Tidak Setuju | 7 | 7,9 | 7,9 | 21,3 |
| | Ragu-Ragu | 24 | 27,0 | 27,0 | 48,3 |
| | Setuju | 21 | 23,6 | 23,6 | 71,9 |
| | Sangat Setuju | 25 | 28,1 | 28,1 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

PQ_7

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 11 | 12,4 | 12,4 | 12,4 |
| | Tidak Setuju | 2 | 2,2 | 2,2 | 14,6 |
| | Ragu-Ragu | 9 | 10,1 | 10,1 | 24,7 |
| | Setuju | 32 | 36,0 | 36,0 | 60,7 |
| | Sangat Setuju | 35 | 39,3 | 39,3 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

PQ_8

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 9 | 10,1 | 10,1 | 10,1 |
| | Tidak Setuju | 10 | 11,2 | 11,2 | 21,3 |
| | Ragu-Ragu | 4 | 4,5 | 4,5 | 25,8 |
| | Setuju | 36 | 40,4 | 40,4 | 66,3 |
| | Sangat Setuju | 30 | 33,7 | 33,7 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

PQ_9

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 2 | 2,2 | 2,2 | 2,2 |
| | Tidak Setuju | 3 | 3,4 | 3,4 | 5,6 |
| | Ragu-Ragu | 10 | 11,2 | 11,2 | 16,9 |
| | Setuju | 33 | 37,1 | 37,1 | 53,9 |
| | Sangat Setuju | 41 | 46,1 | 46,1 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Perceived quality

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Rendah | 2 | 2,2 | 2,2 | 2,2 |
| | Sedang | 12 | 13,5 | 13,5 | 15,7 |
| | Tinggi | 75 | 84,3 | 84,3 | 100,0 |
| | Total | 89 | 100,0 | 100,0 | |

Lampiran 5.1
Tabel Deskriptif Tingkat Terpaan Iklan Televisi

Descriptives

| Descriptive Statistics | | | |
|------------------------|----|--------|----------------|
| | N | Mean | Std. Deviation |
| Terpaan_1 | 89 | 2.90 | 1.349 |
| Terpaan_2 | 89 | 3.48 | 1.341 |
| Terpaan_3 | 89 | 2.85 | 1.310 |
| Terpaan iklan | 89 | 9.2360 | 3.18385 |
| Valid N (listwise) | 89 | | |

Lampiran 5.2
Tabel Deskriptif Sikap Khalayak Terhadap Iklan Televisi

Descriptives

| Descriptive Statistics | | | |
|------------------------|----|---------|----------------|
| | N | Mean | Std. Deviation |
| Sikap_1 | 89 | 3.79 | 1.418 |
| Sikap_2 | 89 | 3.97 | 1.229 |
| Sikap_3 | 89 | 3.78 | 1.295 |
| Sikap_4 | 89 | 3.93 | 1.304 |
| Sikap_5 | 89 | 3.54 | 1.454 |
| Sikap | 89 | 19.0000 | 5.58000 |
| Valid N (listwise) | 89 | | |

Lampiran 5.3
Tabel Deskriptif Pengalaman Menggunakan Produk

Descriptives

| Descriptive Statistics | | | |
|------------------------|----|---------|----------------|
| | N | Mean | Std. Deviation |
| Pengalaman_1 | 89 | 3.00 | 1.559 |
| Pengalaman_2 | 89 | 2.83 | 1.583 |
| Pengalaman_3 | 89 | 2.92 | 1.456 |
| Pengalaman_4 | 89 | 2.84 | 1.437 |
| Pengalaman_5 | 89 | 3.19 | 1.453 |
| Pengalaman | 89 | 14.7865 | 6.55306 |
| Valid N (listwise) | 89 | | |

Lampiran 5.4
Tabel Deskriptif Pengaruh Kelompok Referensi

Descriptives

| Descriptive Statistics | | | |
|------------------------|----|--------|----------------|
| | N | Mean | Std. Deviation |
| Kel_Ref_1 | 89 | 2.84 | 1.445 |
| Kel_Ref_2 | 89 | 2.71 | 1.455 |
| Kel_Ref_3 | 89 | 2.57 | 1.421 |
| Kelompok referensi | 89 | 8.1236 | 3.75929 |
| Valid N (listwise) | 89 | | |

Lampiran 5.5
Tabel Deskriptif Tingkat *Perceived Quality* Merek

Descriptives

Descriptive Statistics

| | N | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|----|---------|----------------|
| PQ_1 | 89 | 4.03 | 1.102 |
| PQ_2 | 89 | 4.25 | .957 |
| PQ_3 | 89 | 3.97 | 1.092 |
| PQ_4 | 89 | 4.10 | 1.129 |
| PQ_5 | 89 | 3.80 | 1.198 |
| PQ_6 | 89 | 3.45 | 1.340 |
| PQ_7 | 89 | 3.88 | 1.304 |
| PQ_8 | 89 | 3.76 | 1.306 |
| PQ_9 | 89 | 4.21 | .935 |
| Perceived quality | 89 | 35.4494 | 7.48637 |
| Valid N (listwise) | 89 | | |

Lampiran 6.1
Tabel Regresi Durasi Menonton Televisi Terhadap Tingkat Terpaan Iklan Televisi

Regression

Variables Entered/Removed(b)

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|-------|-------------------|-------------------|--------|
| 1 | Durasi(a) | . | Enter |

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Terpaan iklan

ANOVA(b)

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|---------|
| 1 | Regression | 381,527 | 1 | 381,527 | 65,018 | ,000(a) |
| | Residual | 510,518 | 87 | 5,868 | | |
| | Total | 892,045 | 88 | | | |

a Predictors: (Constant), Durasi

b Dependent Variable: Terpaan iklan

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|---------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,654(a) | ,428 | ,421 | 2,42240 |

a Predictors: (Constant), Durasi

Coefficients(a)

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 5,560 | ,523 | | 10,627 | ,000 |
| | Durasi | 1,207 | ,150 | ,654 | 8,063 | ,000 |

a Dependent Variable: Terpaan iklan

Lampiran 6.2
Tabel Regresi Tingkat Terpaan Iklan Televisi Terhadap Sikap Khalayak Terhadap Iklan Televisi

Regression

Variables Entered/Removed(b)

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|-------|-------------------|-------------------|--------|
| 1 | Terpaan iklan(a) | . | Enter |

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Sikap

ANOVA(b)

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|---------|
| 1 | Regression | 1319,692 | 1 | 1319,692 | 80,837 | ,000(a) |
| | Residual | 1420,308 | 87 | 16,325 | | |
| | Total | 2740,000 | 88 | | | |

a Predictors: (Constant), Terpaan iklan

b Dependent Variable: Sikap

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|---------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,694(a) | ,482 | ,476 | 4,04047 |

a Predictors: (Constant), Terpaan iklan

Coefficients(a)

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 7,766 | 1,321 | | 5,880 | ,000 |
| | Terpaan iklan | 1,216 | ,135 | ,694 | 8,991 | ,000 |

a Dependent Variable: Sikap

Lampiran 6.3
Tabel Regresi Sikap Khalayak Terhadap Iklan Televisi Terhadap Tingkat
Perceived Quality Merek

Regression

Variables Entered/Removed(b)

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|-------|-------------------|-------------------|--------|
| 1 | Sikap(a) | . | Enter |

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Perceived quality

ANOVA(b)

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|---------|
| 1 | Regression | 2486,168 | 1 | 2486,168 | 88,434 | ,000(a) |
| | Residual | 2445,855 | 87 | 28,113 | | |
| | Total | 4932,022 | 88 | | | |

a Predictors: (Constant), Sikap

b Dependent Variable: Perceived quality

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|---------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,710(a) | ,504 | ,498 | 5,30219 |

a Predictors: (Constant), Sikap

Coefficients(a)

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 17,351 | 2,005 | | 8,654 | ,000 |
| | Sikap | ,953 | ,101 | ,710 | 9,404 | ,000 |

a Dependent Variable: Perceived quality

Lampiran 6.4
Tabel Regresi Tingkat Terpaan Iklan Televisi Terhadap Tingkat *Perceived Quality*

Regression

Variables Entered/Removed(b)

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|-------|-------------------|-------------------|--------|
| 1 | Terpaan iklan(a) | | Enter |

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Perceived quality

Model Summary(b)

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|---------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,625(a) | ,391 | ,384 | 5,87577 |

a Predictors: (Constant), Terpaan iklan

b Dependent Variable: Perceived quality

ANOVA(b)

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|---------|
| 1 | Regression | 1928,372 | 1 | 1928,372 | 55,855 | ,000(a) |
| | Residual | 3003,651 | 87 | 34,525 | | |
| | Total | 4932,022 | 88 | | | |

a Predictors: (Constant), Terpaan iklan

b Dependent Variable: Perceived quality

Coefficients(a)

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | | Sig. |
|-------|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | B | Std. Error | |
| 1 | (Constant) | 21,870 | 1,921 | | 11,386 | | ,000 |
| | Terpaan iklan | 1,470 | ,197 | ,625 | 7,474 | | ,000 |

a Dependent Variable: Perceived quality

Lampiran 6.5
Tabel Regresi Tingkat Terpaan Iklan Televisi Terhadap *Perceived Quality* Ketika Dikontrol Pengalaman Menggunakan Produk dan Pengaruh Kelompok Referensi

Regression

Variables Entered/Removed(b)

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|-------|---------------------------------------|-------------------|--------|
| 1 | terpaankelompok, terpaanpengalaman(a) | . | Enter |

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Perceived quality

Model Summary(b)

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|---------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,639(a) | ,409 | ,395 | 5,82405 |

a Predictors: (Constant), terpaankelompok, terpaanpengalaman

b Dependent Variable: Perceived quality

ANOVA(b)

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|---------|
| 1 | Regression | 2014,945 | 2 | 1007,472 | 29,702 | ,000(a) |
| | Residual | 2917,078 | 86 | 33,920 | | |
| | Total | 4932,022 | 88 | | | |

a Predictors: (Constant), terpaankelompok, terpaanpengalaman

b Dependent Variable: Perceived quality

Coefficients(a)

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | | Sig. |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | B | Std. Error | |
| 1 | (Constant) | 27,918 | 1,174 | | 23,781 | | ,000 |
| | terpaanpengalaman | ,050 | ,014 | ,630 | 3,585 | | ,001 |
| | terpaankelompok | ,002 | ,026 | ,010 | ,059 | | ,953 |

a Dependent Variable: Perceived quality