

## BAB V PENUTUP

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan adanya hasil yang sudah dibahas dan dijabarkan pada bab 4, maka dapat diketahui bahwa:

1. *Informativeness* memengaruhi nilai iklan media sosial (diterima)
2. Hiburan memengaruhi nilai iklan media sosial (ditolak)
3. Kredibilitas memengaruhi nilai iklan media sosial (diterima)
4. Iritasi memengaruhi nilai iklan media sosial (ditolak)
5. Nilai iklan media sosial memengaruhi sikap (diterima)
6. Nilai utilitarian memengaruhi sikap (diterima)
7. Nilai hedonik memengaruhi sikap (ditolak)
8. Sikap memengaruhi respon konsumen (diterima)

### 5.2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, telah di dapatkan hasil yaitu untuk meningkatkan respon konsumen terhadap iklan Zalora di media sosial Instagram, penulis memberikan saran untuk pengelola akun Zalora di media sosial Instagram yaitu:

1. Pengelola akun Zalora di media sosial Instagram disarankan untuk memberikan informasi mengenai diskon yang sedang berlangsung di Zalora.

2. Pengelola akun Zalora disarankan untuk memberikan iklan yang nyata yang sesuai dengan produk yang diiklankan oleh Zalora untuk dapat meyakinkan konsumen.
3. Pengelola akun Zalora di media sosial Instagram disarankan untuk menghindari kejenuhan konsumen dengan memberikan iklan sosial media yang menarik, disertai dengan deskripsi yang jelas untuk dapat meningkatkan sikap dan respon konsumen.

### **5.3. Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan yang dapat menjadi bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya. Keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Di dalam penelitian ini, kriteria responden hanya berfokus pada pengguna sosial media Instagram saja, sehingga hal ini menyebabkan kurangnya variasi dalam karakteristik responden yang akan diteliti.
2. Di dalam penelitian ini, penulis hanya berfokus pada nilai *informativeness*, hiburan, kredibilitas, dan iritasi saja pada nilai iklan media sosial. Padahal masih banyak lagi faktor-faktor dari nilai iklan media sosial.

### **5.4. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan yang ada di dalam penelitian ini, maka penulis memberikan saran untuk penelitian selanjutnya yaitu sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat berfokus pada pengguna sosial media yang lain selain media sosial Instagram, agar terdapat banyak variasi untuk meneliti karakteristik responden.

2. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan menambahkan faktor-faktor dari nilai iklan media sosial, karena masih banyak faktor-faktor lain dari nilai iklan media sosial.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Alba, J. W., & Williams, E. F. (2013). Pleasure principles: A review of research on hedonic consumption. In *Journal of Consumer Psychology*.  
<https://doi.org/10.1016/j.jcps.2012.07.003>
- Bartsch, A., & Viehoff, R. (2010). The use of media entertainment and emotional gratification. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*.  
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.07.444>
- Bauer, H. H., Reichardt, T., Barnes, S. J., & Marcus, M. N. (2005). Driving Consumer Acceptance of Location-Based Services in Mobile Applications: A Theoretical Framework and an Empirical Study. *Journal of Electronic Commerce Research*.
- Brackett, L. K., & Carr, B. N. (2001). Cyberspace advertising vs. other media: Consumer vs. mature student attitudes. *Journal of Advertising Research*. <https://doi.org/10.2501/JAR-41-5-23-32>
- Cheng, J. M. S., Blankson, C., Wang, E. S. T., & Chen, L. S. L. (2009). Consumer attitudes and interactive digital advertising. *International Journal of Advertising*.  
<https://doi.org/10.2501/S0265048709200710>
- Cuesta-Valiño, P., Rodríguez, P. G., & Núñez-Barriopedro, E. (2020). Perception of advertisements for healthy food on social media: Effect of attitude on consumers' response. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(18), 1–20. <https://doi.org/10.3390/ijerph17186463>
- Dix, S., Ferguson, G., Logan, K., Bright, L. F., & Gangadharbatla, H. (2012). Facebook versus television: Advertising value perceptions among females. *Journal of Research in Interactive Marketing*. <https://doi.org/10.1108/17505931211274651>
- Edwards, S. M., Li, H., & Lee, J. H. (2002). Forced exposure and psychological reactance: Antecedents and consequences of the perceived intrusiveness of pop-up ads. *Journal of Advertising*. <https://doi.org/10.1080/00913367.2002.10673678>
- Fernández-Ferrín, P., Bande-Vilela, B., Klein, J. G., & Luisa Del Río-Araújo, M. (2015). Consumer ethnocentrism and consumer animosity: Antecedents and consequences.

*International Journal of Emerging Markets*, 10(1), 73–88.

<https://doi.org/10.1108/IJOEM-11-2011-0102>

- Ha, J., & (Shawn) Jang, S. C. (2010). Perceived values, satisfaction, and behavioral intentions: The role of familiarity in Korean restaurants. *International Journal of Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.03.009>
- Jaya, I. G. N. M., & Sumertajaya, I. M. (2008). Pemodelan Persamaan Structural dengan Partial Least Square. *Semnas Matematika Dan Pendidikan Matematika 2008*, 118–132.
- Kim, Y. J., & Han, J. (2014). Why smartphone advertising attracts customers: A model of Web advertising, flow, and personalization. *Computers in Human Behavior*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.015>
- Kotler, P. (2011). Reinventing marketing to manage the environmental imperative. In *Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.1509/jmkg.75.4.132>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing 17th Global Edition. In *Pearson Education Limited*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Global Edition (Vol. 15E). In *Global Edition*.
- Lee, C. C., & Hsieh, M. C. (2009). The influence of mobile self-efficacy on attitude towards mobile advertising. *Proceedings - 2009 International Conference on New Trends in Information and Service Science, NISS 2009*. <https://doi.org/10.1109/NISS.2009.91>
- Ling, G. M., Huat, T. S., Fern, Y. S., & Boon, L. K. (2018). Purchase intention of consumers from Melaka towards mobile advertising. *International Journal of Supply Chain Management*.
- Luna-Nevarez, C., & Torres, I. M. (2015). Consumer Attitudes Toward Social Network Advertising. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*. <https://doi.org/10.1080/10641734.2014.912595>
- Maher, A. A., & Mady, S. (2010). Animosity, subjective norms, and anticipated emotions during an international crisis. *International Marketing Review*, 27(6), 630–651. <https://doi.org/10.1108/02651331011088263>

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- In Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(01\)00041-0](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(01)00041-0)
- Wang, Y., & Sun, S. (2010). Examining the role of beliefs and attitudes in online advertising: A comparison between the USA and Romania. *International Marketing Review*. <https://doi.org/10.1108/02651331011020410>
- Zhang, J., & Mao, E. (2016). From Online Motivations to Ad Clicks and to Behavioral Intentions: An Empirical Study of Consumer Response to Social Media Advertising. *Psychology and Marketing*. <https://doi.org/10.1002/mar.20862>
- Zhou, Zheng, B. Y. (2002). Users ' Attitudes toward Web Advertising : Effects of Internet Motivation and Internet Ability. *Advances in Consumer Research*.

## LAMPIRAN

## Lampiran 1 Daftar Pertanyaan

No	Variabel	Kuesioner	Adaptasi	Penilaian
1.			Apakah anda menggunakan media sosial Instagram?	Yes or No Question
2.			Apakah anda mengetahui <i>brand</i> Zalora?	Yes or No Question
3.			Apakah anda pernah melihat iklan Zalora di media sosial Instagram? (dalam bentuk Instagram <i>story</i> maupun Instagram <i>post</i> )	Yes or No Question
4.	<i>Informativeness</i>	1. Ad informs me of the latest products and information available on the market  2. Advertising is a convenient source of product information	3. Iklan Zalora di media sosial Instagram memberikan informasi terkait produk baru dan diskon  4. Iklan Zalora di media sosial Instagram merupakan sumber informasi yang nyaman	Likert Skala 5
5.	<b>Hiburan</b>	1. Advertising is more interesting than the content of another media  2. I take pleasure in thinking about what I see, hear or read in advertisements	3. Iklan Zalora di media sosial Instagram lebih menarik daripada iklan produk <i>brand</i> lain  4. Saya menyukai konsep konten iklan Zalora di media sosial Instagram	Likert Skala 5
6.	<b>Kredibilitas</b>	1. Advertisements are trustworthy	3. Iklan Zalora di media sosial Instagram dapat	Likert Skala 5

		2. Advertising is convincing	dipercaya 4. Iklan Zalora di media sosial Instagram dapat meyakinkan	
7.	<b>Iritasi</b>	1. Advertising is confusing 2. Advertising is annoying	3. Iklan Zalora di media sosial Instagram membingungkan 4. Iklan Zalora di media sosial Instagram mengganggu	Likert Skala 5
8.	<b>Nilai Iklan Media Sosial</b>	1. Advertisements are useful 2. Advertisements are important (information)	3. Iklan Zalora di media sosial Instagram dapat bermanfaat 4. Informasi yang terdapat di iklan Zalora di media sosial Instagram merupakan informasi yang penting	Likert Skala 5
9.	<b>Nilai Utilitarian</b>	1. Shopping on this shopping site makes shopping much simpler 2. The products and services offered on this shopping website can satisfy my needs	3. Dengan melihat iklan Zalora di media sosial Instagram, berbelanja dapat dilakukan dengan lebih mudah 4. Produk yang ditawarkan di iklan Zalora di media sosial Instagram dapat memenuhi kebutuhan saya	Likert Skala 5
10.	<b>Nilai Hedonik</b>	1. Shopping on this website makes me feel that the product search function is really fun 2. Browsing on this website is truly a joy	3. Berbelanja di Zalora setelah melihat iklan Zalora di media sosial Instagram membuat saya senang 4. Menjelajah Zalora setelah melihat iklan Zalora di media sosial Instagram terasa menyenangkan	Likert Skala 5
11.	<b>Sikap</b>	1. Advertising helps me to find products/services that match my	3. Iklan Zalora di media sosial Instagram membantu saya untuk mencari produk yang	Likert Skala 5



		<p>personality and interests</p> <p>2. Advertising is a good way to learn about what products/services are available</p>	<p>sesuai dengan keinginan saya</p> <p>4. Iklan Zalora di media sosial Instagram merupakan cara yang baik untuk dapat mengetahui produk yang tersedia</p>	
<b>12.</b>	<b>Respon Konsumen</b>	<p>1. I will click advertisements shown in this social media</p> <p>2. I will search for related information about advertisements shown in this social media</p> <p>3. I will buy a product/service advertised on a social media</p>	<p>4. Saya akan mengklik iklan Zalora yang ditampilkan di media sosial Instagram</p> <p>5. Saya akan mencari informasi yang terkait dengan iklan Zalora yang ditampilkan di media sosial Instagram</p> <p>6. Saya akan membeli produk di Zalora yang diiklankan di media sosial Instagram</p>	Likert Skala 5

## Lampiran 2 Jawaban Responden

Untuk pertanyaan filter, informativeness, hiburan, dan kredibilitas

	F1	F2	F3	INF 1	INF 2	ENT 1	ENT 2	CRE 1	CRE 2
1	1	1	1	5	4	5	5	5	5
2	1	1	1	5	4	5	4	5	5
3	1	1	1	4	5	5	5	4	4
4	1	1	1	5	4	5	4	4	5
5	1	1	1	5	4	5	5	4	4
6	1	1	1	4	4	5	5	4	4
7	1	1	1	4	5	5	4	4	4
8	1	1	1	5	5	5	5	5	5
9	1	1	1	4	5	5	4	5	5
10	1	1	1	4	5	3	4	4	5
11	1	1	1	4	5	4	5	4	4
12	1	1	1	5	4	3	3	5	5
13	1	1	1	4	5	4	4	4	4
14	1	1	1	4	4	3	3	5	5
15	1	1	1	4	5	4	4	5	5
16	1	1	1	4	5	3	3	4	4
17	1	1	1	4	5	4	4	5	4
18	1	1	1	5	4	4	3	5	5
19	1	1	1	5	4	5	4	4	4
20	1	1	1	4	5	4	4	5	5
21	1	1	1	5	5	5	5	5	5

22	1	1	1	4	5	5	4	4	5
23	1	1	1	4	5	5	4	5	5
24	1	1	1	4	5	4	4	5	5
25	1	1	1	4	5	4	3	4	5
26	1	1	1	4	5	4	4	4	5
27	1	1	1	4	4	4	4	4	4
28	1	1	1	4	4	4	4	4	4
29	1	1	1	4	5	4	4	5	4
30	1	1	1	5	5	4	5	4	3
31	1	1	1	4	5	4	5	2	1
32	1	1	1	4	5	4	5	4	4
33	1	1	1	4	5	4	5	4	5
34	1	1	1	4	4	4	4	4	4
35	1	1	1	4	5	4	4	5	4
36	1	1	1	4	4	5	4	5	4
37	1	1	1	4	5	4	4	4	5
38	1	1	1	5	4	5	4	4	5
39	1	1	1	4	5	4	4	5	5
40	1	1	1	5	4	5	5	4	5
41	1	1	1	4	5	4	5	4	5
42	1	1	1	5	4	5	4	4	4
43	1	1	1	4	5	4	5	4	4
44	1	1	1	5	4	4	5	5	4
45	1	1	1	4	5	4	5	4	4
46	1	1	1	4	5	4	4	4	4
47	1	1	1	5	5	4	4	4	5
48	1	1	1	4	5	4	5	4	4
49	1	1	1	4	5	4	4	4	5

50	1	1	1	4	5	5	4	4	4
51	1	1	1	5	5	4	4	5	4
52	1	1	1	4	5	4	4	5	4
53	1	1	1	5	5	5	5	5	5
54	1	1	1	5	4	5	4	5	4
55	1	1	1	4	4	4	4	4	4
56	1	1	1	4	5	5	5	5	5
57	1	1	1	5	4	5	4	5	4
58	1	1	1	4	5	5	4	5	4
59	1	1	1	4	5	4	4	5	4
60	1	1	1	5	4	5	4	4	5
61	1	1	1	3	3	4	4	3	3
62	1	1	1	4	4	5	5	4	5
63	1	1	1	5	4	4	5	5	4
64	1	1	1	4	5	4	4	5	5
65	1	1	1	4	5	4	5	4	4
66	1	1	1	4	5	4	5	4	5
67	1	1	1	4	5	4	5	4	4
68	1	1	1	4	5	4	5	4	4
69	1	1	1	4	5	4	5	4	5
70	1	1	1	4	5	4	5	5	4
71	1	1	1	4	5	4	5	4	5
72	1	1	1	4	4	4	4	5	5
73	1	1	1	5	5	4	4	5	5
74	1	1	1	4	5	4	4	3	4
75	1	1	1	5	5	5	5	4	4
76	1	1	1	5	5	4	4	4	5
77	1	1	1	4	4	4	4	5	5

78	1	1	1	5	5	5	5	5	5
79	1	1	1	5	5	4	4	4	5
80	1	1	1	4	5	5	5	4	4
81	1	1	1	4	4	5	4	4	4
82	1	1	1	4	4	5	5	5	5
83	1	1	1	5	5	5	5	4	4
84	1	1	1	5	5	4	4	5	5
85	1	1	1	4	4	4	4	4	4
86	1	1	1	5	5	4	5	5	4
87	1	1	1	5	5	3	3	4	4
88	1	1	1	4	4	4	4	4	4
89	1	1	1	5	5	4	4	4	4
90	1	1	1	5	5	3	4	4	3
91	1	1	1	4	4	5	5	5	5
92	1	1	1	4	4	5	5	4	4
93	1	1	1	4	5	4	4	4	5
94	1	1	1	5	4	4	5	4	5
95	1	1	1	4	5	4	4	5	5
96	1	1	1	4	5	4	5	3	3
97	1	1	1	4	5	4	4	5	4
98	1	1	1	4	5	4	5	4	4
99	1	1	1	4	5	4	4	5	5
100	1	1	1	4	5	4	4	4	5
101	1	1	1	4	5	4	4	5	5
102	1	1	1	4	4	4	2	3	3
103	1	1	1	4	5	4	5	4	4
104	1	1	1	4	5	4	4	5	5
105	1	1	1	4	5	4	4	5	5

106	1	1	1	4	5	4	4	5	4
107	1	1	1	4	5	4	4	4	5
108	1	1	1	4	5	4	5	4	4
109	1	1	1	4	5	5	4	4	4
110	1	1	1	4	5	4	5	4	5
111	1	1	1	4	4	5	4	4	4
112	1	1	1	4	5	4	5	4	5
113	1	1	1	4	4	5	5	4	4
114	1	1	1	4	4	4	4	5	5
115	1	1	1	5	4	5	5	5	4
116	1	1	1	5	5	4	4	4	4
117	1	1	1	5	4	3	3	4	5
118	1	1	1	5	5	4	5	3	3
119	1	1	1	5	4	4	4	4	5
120	1	1	1	4	5	5	4	5	4
121	1	1	1	4	5	4	5	5	3
122	1	1	1	5	3	4	3	4	5
123	1	1	1	5	3	3	5	4	5
124	1	1	1	5	4	5	4	4	3
125	1	1	1	5	4	5	5	4	3
126	1	1	1	4	5	4	4	4	5
127	1	1	1	4	5	3	4	4	5
128	1	1	1	4	5	5	4	4	3
129	1	1	1	5	4	4	5	3	4
130	1	1	1	4	5	4	4	3	4
131	1	1	1	5	5	3	5	5	4
132	1	1	1	5	5	5	5	4	3
133	1	1	1	2	1	2	3	2	2

134	1	1	1	2	1	2	1	3	2
135	1	1	1	2	2	1	3	2	3
136	1	1	1	2	3	3	2	3	2
137	1	1	1	3	2	3	1	2	3
138	1	1	1	2	1	3	2	3	2
139	1	1	1	1	2	2	3	1	2
140	1	1	1	2	1	3	2	2	2
141	1	1	1	1	2	3	2	2	3
142	1	1	1	4	3	4	3	3	5
143	1	1	1	2	1	2	3	2	1
144	1	1	1	2	2	1	3	2	3
145	1	1	1	2	1	3	2	3	2
146	1	1	1	2	1	2	2	2	2
147	1	1	1	5	5	4	5	3	5
148	1	1	1	4	5	3	5	4	3
149	1	1	1	3	4	4	3	3	4
150	1	1	1	5	4	4	4	3	3
151	1	1	1	4	4	5	4	3	3
152	1	1	1	4	5	5	4	3	5
153	1	1	1	5	5	4	3	5	5
154	1	1	1	4	5	4	4	5	5
155	1	1	1	4	5	4	4	5	5
156	1	1	1	4	5	5	4	5	4
157	1	1	1	4	4	5	5	5	5
158	1	1	1	4	5	4	4	4	4
159	1	1	1	4	5	4	4	5	4
160	1	1	1	4	5	4	5	5	5
161	1	1	1	4	5	4	4	5	4

162	1	1	1	4	5	4	4	5	5
163	1	1	1	4	5	4	5	4	4
164	1	1	1	4	5	4	4	4	4
165	1	1	1	4	5	4	3	4	4
166	1	1	1	4	5	4	5	4	4
167	1	1	1	4	5	4	4	5	4
168	1	1	1	4	5	4	5	4	4
169	1	1	1	5	4	5	5	4	5
170	1	1	1	4	4	4	4	4	5
171	1	1	1	5	5	4	4	5	4
172	1	1	1	5	5	5	5	4	4
173	1	1	1	4	4	5	5	4	4
174	1	1	1	5	5	4	4	4	4
175	1	1	1	4	4	3	3	4	4
176	1	1	1	4	4	4	4	4	4
177	1	1	1	5	5	4	4	4	4
178	1	1	1	5	5	4	4	4	4
179	1	1	1	5	5	4	4	4	5
180	1	1	1	4	4	4	4	4	4
181	1	1	1	4	4	5	5	5	5
182	1	1	1	5	4	5	5	5	5
183	1	1	1	4	5	5	5	5	4
184	1	1	1	2	1	3	2	2	2
185	1	1	1	5	4	4	5	4	5
186	1	1	1	5	4	4	5	4	5
187	1	1	1	5	4	3	4	5	5
188	1	1	1	5	4	4	4	5	5
189	1	1	1	4	5	3	3	4	4



190	1	1	1	5	5	4	5	5	4
191	1	1	1	4	4	4	5	5	4
192	1	1	1	5	4	4	5	4	5
193	1	1	1	5	4	4	5	4	5



Untuk pertanyaan nilai iklan media sosial, nilai utilitarian, nilai hedonik, dan sikap

SMAV 1	SMAV 2	UTI 1	UTI 2	HED 1	HED 2	ATT 1	ATT 2
5	5	4	5	4	4	5	4
5	5	5	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5	5	4
5	5	4	5	5	4	5	5
4	5	5	5	4	4	4	4
4	4	5	5	4	5	4	4
4	5	4	5	4	4	4	4
5	4	5	5	4	5	5	5
5	4	5	5	4	5	4	5
4	5	3	4	4	5	5	5
5	4	4	5	4	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	4
5	4	5	5	5	4	5	5
3	4	5	4	4	4	3	4
4	5	5	4	4	5	5	4
5	5	4	5	5	4	5	4
5	5	4	5	4	5	4	5
4	4	5	5	4	5	4	4
4	4	5	5	4	3	5	4
4	5	4	5	4	5	5	4
4	4	5	5	5	4	4	4
4	5	5	4	4	5	4	5
5	5	4	4	5	4	4	5
5	4	5	4	5	4	4	4

4	5	5	4	5	5	4	4
5	4	5	4	4	5	4	5
4	4	5	5	5	4	4	5
4	4	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	4	4	4
4	4	5	5	3	4	4	5
4	5	5	4	4	4	4	5
5	4	5	4	4	4	4	5
4	5	4	5	4	5	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	4	4	4	5
5	5	4	5	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5
5	4	5	4	4	5	4	4
5	4	4	5	5	4	4	5
5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	4	4	5	4	5	4
4	5	4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	4	4	5
5	4	5	5	4	5	5	5
4	5	4	5	4	5	4	4
5	5	4	5	5	5	4	5
4	5	5	5	4	4	5	5
5	4	5	4	5	4	4	5
4	4	5	5	5	4	4	5
5	5	4	4	5	4	5	4

5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	4	4	5
4	4	5	5	5	5	4	4
4	4	5	5	4	4	4	4
5	4	5	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5
4	5	4	5	4	5	5	4
3	4	4	4	3	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	4	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5
5	4	5	5	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5	4	5
5	4	5	4	5	4	4	5
4	5	4	5	4	4	5	5
5	4	5	4	5	5	4	5
4	5	4	5	5	5	4	5
5	5	4	5	4	5	4	5
5	5	4	4	4	4	5	5
5	5	4	5	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	5	4	4
4	4	5	5	4	5	5	4

4	4	5	5	5	5	4	4
4	5	5	5	4	4	4	5
4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	4	4
4	4	4	5	4	4	5	5
4	4	4	5	5	4	4	4
4	5	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	5	4	3	4	4
4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	4	4
4	5	5	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	5	4	5
4	5	4	5	5	4	4	5
4	4	5	5	4	5	4	4
4	5	4	5	4	5	4	4
5	4	4	5	4	5	4	5
4	4	5	4	5	5	4	4
4	5	4	5	5	5	4	5
4	5	5	5	4	5	4	4
4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	5	4	4	4	4	5
4	5	4	4	5	4	5	4
4	4	4	5	4	5	4	4
5	4	4	5	4	4	5	4
4	5	4	5	4	4	4	5
5	4	5	4	4	5	4	4

4	4	4	4	5	4	4	5
4	5	4	5	4	4	5	5
4	4	5	4	4	5	4	4
5	4	5	4	5	4	4	5
4	4	5	5	4	5	4	3
4	4	4	4	5	5	4	4
4	5	5	5	4	4	5	5
4	5	5	4	4	5	4	4
5	4	5	3	4	4	5	4
5	5	4	4	4	4	5	4
5	4	5	5	5	5	4	4
4	5	4	3	4	3	3	3
3	4	3	5	4	3	5	4
4	4	5	4	5	5	4	3
4	5	4	4	4	4	5	5
4	5	5	4	5	3	3	4
3	4	5	4	3	4	5	4
5	4	3	3	5	4	4	3
4	5	4	3	5	4	4	4
5	5	4	3	4	5	3	4
4	3	5	4	4	3	4	5
4	4	4	5	4	3	4	5
4	3	5	4	4	5	4	4
4	5	4	4	3	4	5	4
2	2	2	3	1	1	2	2
2	1	3	2	1	2	2	1
2	3	1	3	2	3	2	1
2	3	3	1	3	2	2	3

2	1	2	1	2	3	3	2
2	1	2	1	3	2	2	3
2	1	2	1	2	2	2	2
2	2	2	1	3	2	2	2
2	1	2	2	3	2	1	3
2	1	3	3	2	3	1	3
2	3	1	3	2	3	3	3
2	2	1	2	1	2	3	2
3	2	2	2	1	2	2	1
2	2	3	2	1	3	3	2
5	5	4	5	5	5	4	3
5	5	4	5	5	4	4	5
3	4	5	5	4	4	5	5
5	4	5	4	5	3	5	4
5	4	5	4	4	5	3	5
3	3	2	1	3	2	2	1
4	5	4	3	3	4	4	5
4	5	5	5	4	5	4	5
5	4	5	5	3	3	4	4
4	5	4	4	5	4	4	4
5	4	5	5	4	4	5	5
5	5	5	5	2	2	4	5
5	5	4	4	5	5	4	5
5	4	5	5	5	5	4	5
5	4	4	4	2	3	5	4
5	5	4	5	2	2	4	4
4	4	4	5	4	4	5	5
5	4	5	5	4	5	4	5

4	5	4	5	5	5	4	4
4	5	5	4	4	5	4	4
4	5	4	5	4	4	5	4
4	4	5	5	4	4	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	4	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	4	4	4	5
5	5	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	5	4	4	5	4	4
5	5	4	4	4	4	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	3	4	5	5
4	5	4	4	5	4	5	4
3	2	3	2	1	1	3	3
5	4	3	4	5	5	4	5
5	4	4	3	4	5	3	4
4	4	5	5	4	4	5	5
4	4	5	4	3	3	5	4
4	5	5	4	4	5	4	5
5	5	4	4	5	5	4	4
4	5	4	5	5	4	4	5
5	4	4	3	5	5	4	5

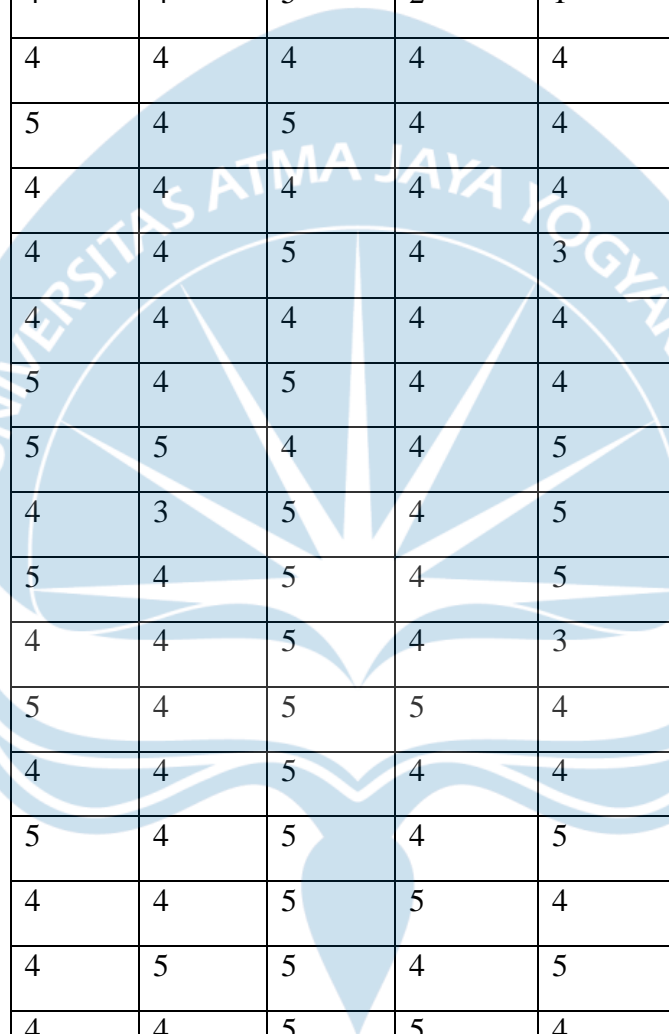


4	5	4	4	5	4	4	5
---	---	---	---	---	---	---	---

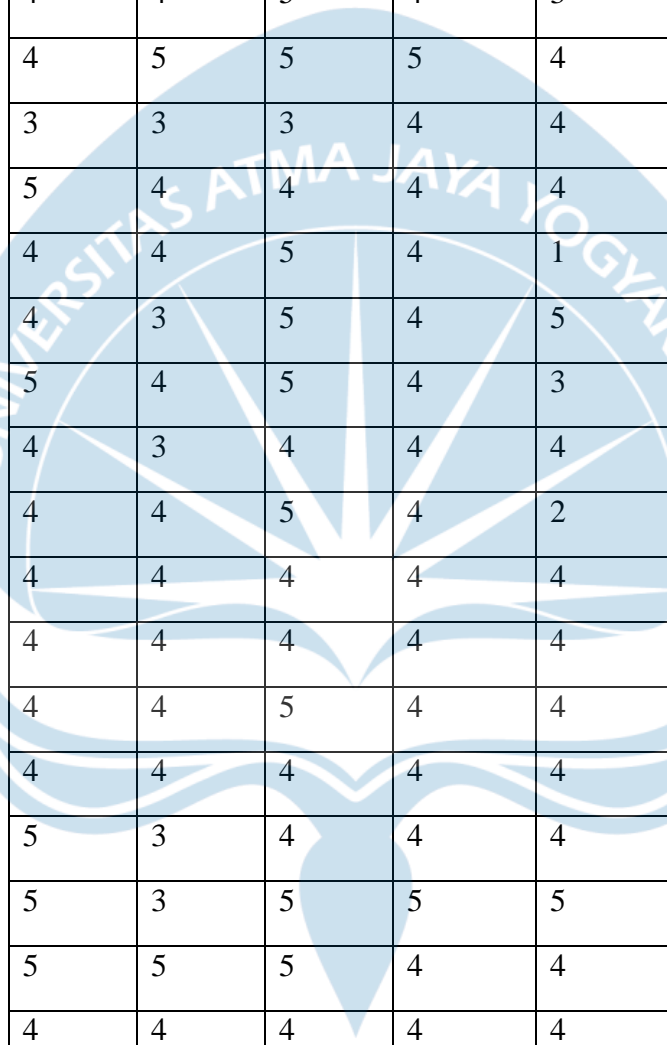


**Untuk pertanyaan respon konsumen dan iritasi**

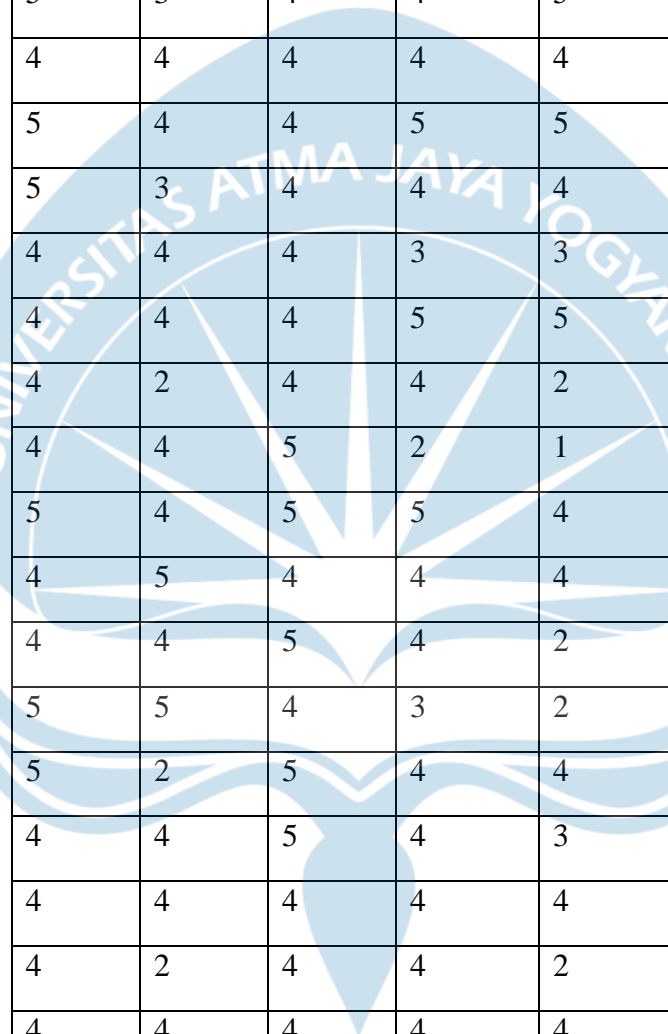
<b>COR 1</b>	<b>COR 2</b>	<b>COR 3</b>	<b>IRR1_R</b>	<b>IRR2_R</b>
5	4	5	5	4
4	4	5	5	4
4	4	5	5	5
5	4	5	4	4
5	4	5	4	4
4	4	4	4	5
4	4	4	5	5
5	5	5	4	4
5	4	5	5	4
5	4	5	4	5
5	5	5	4	5
5	3	4	3	3
4	5	4	4	3
4	3	4	4	5
5	4	5	4	4
4	3	4	4	4
4	5	4	4	3
4	4	4	3	3
4	4	4	5	4
5	4	5	5	5
5	5	5	5	5
5	4	5	4	5
5	4	5	4	4
5	5	5	4	4
4	4	5	4	3



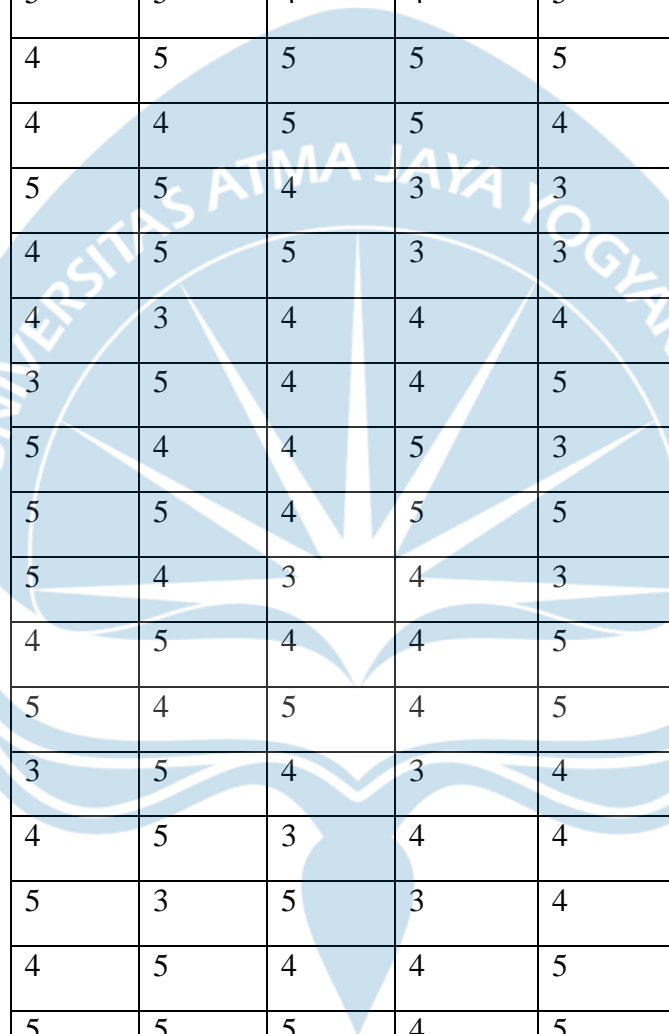
5	4	5	4	4
4	4	4	3	3
4	5	4	5	5
5	4	5	5	4
4	5	5	5	5
4	4	5	2	1
4	4	4	4	4
5	4	5	4	4
4	4	4	4	4
4	4	5	4	3
4	4	4	4	4
5	4	5	4	4
5	5	4	4	5
4	3	5	4	5
5	4	5	4	5
4	4	5	4	3
5	4	5	5	4
4	4	5	4	4
5	4	5	4	5
4	4	5	5	4
4	5	5	4	5
4	4	5	5	4
4	3	5	4	4
5	4	4	3	3
4	4	5	4	4
5	5	4	4	4
5	4	5	3	2
4	4	4	5	5



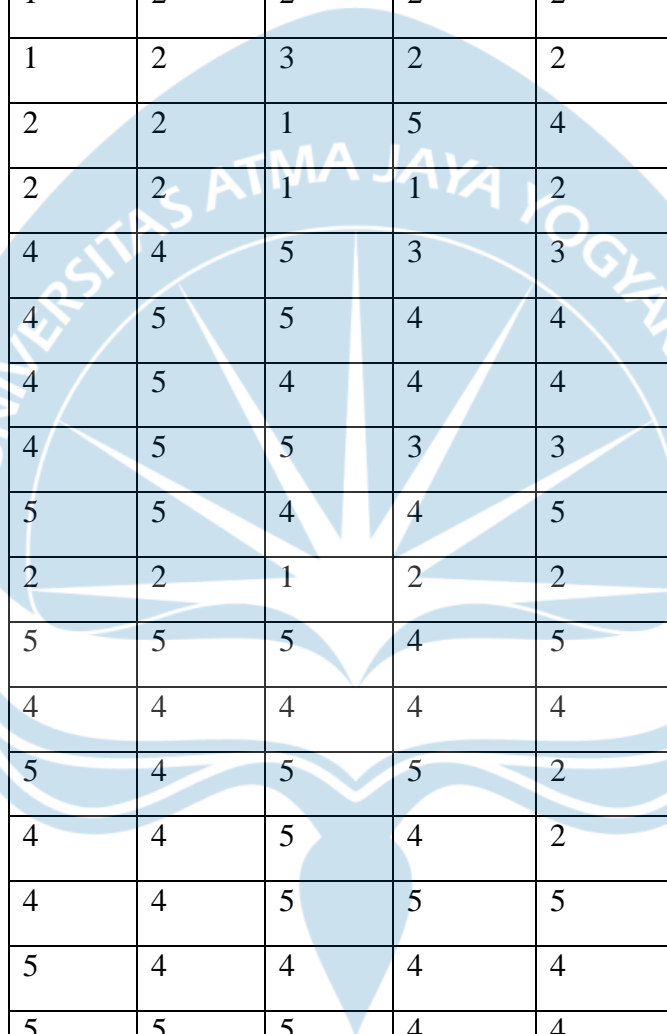
4	4	5	4	4
4	3	3	3	3
4	3	4	4	5
5	5	4	4	5
4	4	4	5	5
4	4	5	4	3
4	5	5	5	4
3	3	3	4	4
5	4	4	4	4
4	4	5	4	1
4	3	5	4	5
5	4	5	4	3
4	3	4	4	4
4	4	5	4	2
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	5	4	4
4	4	4	4	4
5	3	4	4	4
5	3	5	5	5
5	5	5	4	4
4	4	4	4	4
4	3	4	4	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	4	5	4	5
4	3	4	4	4
5	3	5	4	3



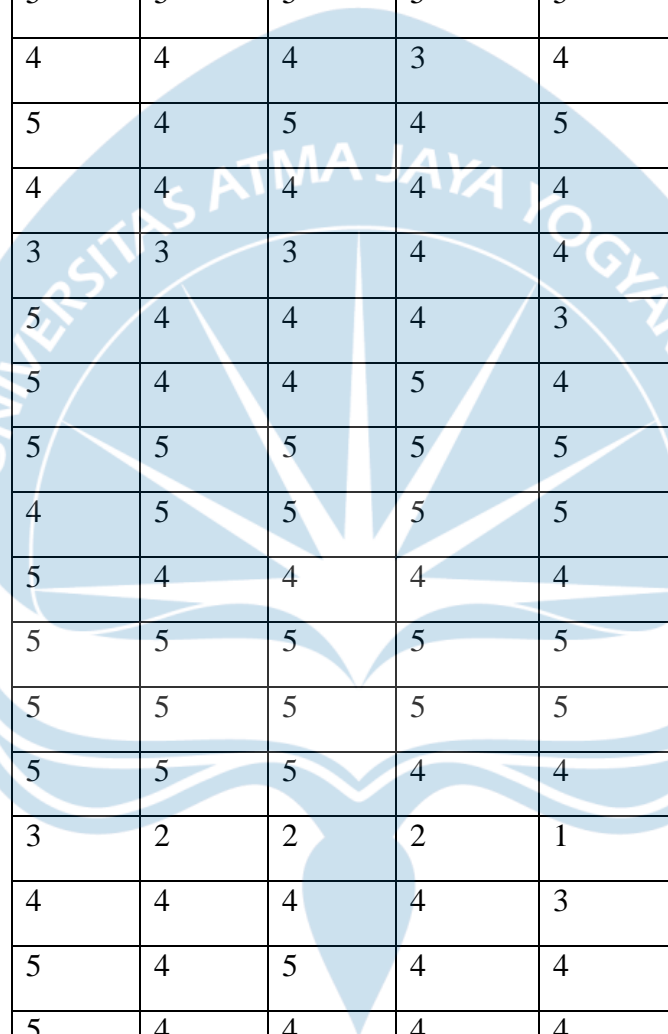
4	3	4	3	4
5	3	4	3	4
5	4	5	3	3
4	4	5	4	4
4	4	4	4	3
5	3	4	4	5
4	4	4	4	4
5	4	4	5	5
5	3	4	4	4
4	4	4	3	3
4	4	4	5	5
4	2	4	4	2
4	4	5	2	1
5	4	5	5	4
4	5	4	4	4
4	4	5	4	2
5	5	4	3	2
5	2	5	4	4
4	4	5	4	3
4	4	4	4	4
4	2	4	4	2
4	4	4	4	4
5	5	4	5	5
5	4	4	4	2
5	4	4	4	4
4	3	4	4	2
5	4	5	4	5
5	4	4	4	4



4	5	4	4	3
5	4	4	4	5
4	4	5	4	4
5	4	4	4	4
5	4	4	4	4
5	5	4	4	5
4	5	5	5	5
4	4	5	5	4
5	5	4	3	3
4	5	5	3	3
4	3	4	4	4
3	5	4	4	5
5	4	4	5	3
5	5	4	5	5
5	4	3	4	3
4	5	4	4	5
5	4	5	4	5
3	5	4	3	4
4	5	3	4	4
5	3	5	3	4
4	5	4	4	5
5	5	5	4	5
4	4	5	5	4
3	2	3	1	2
2	1	3	1	2
2	3	1	2	1
3	2	1	2	3
3	2	3	2	1



3	1	3	2	1
1	2	1	2	2
3	2	2	3	2
3	2	2	2	2
2	3	3	2	3
1	2	2	2	2
1	2	3	2	2
2	2	1	5	4
2	2	1	1	2
4	4	5	3	3
4	5	5	4	4
4	5	4	4	4
4	5	5	3	3
5	5	4	4	5
2	2	1	2	2
5	5	5	4	5
4	4	4	4	4
5	4	5	5	2
4	4	5	4	2
4	4	5	5	5
5	4	4	4	4
5	5	5	4	4
4	4	5	4	5
5	4	5	5	4
4	4	5	4	4
4	4	4	4	4
5	4	5	4	4
4	2	4	2	2



5	4	5	4	4
4	4	5	4	2
4	4	5	5	4
5	5	5	4	5
4	4	4	4	3
5	5	5	5	5
4	4	4	3	4
5	4	5	4	5
4	4	4	4	4
3	3	3	4	4
5	4	4	4	3
5	4	4	5	4
5	5	5	5	5
4	5	5	5	5
5	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	4	4
3	2	2	2	1
4	4	4	4	3
5	4	5	4	4
5	4	4	4	4
4	5	4	4	5
5	4	4	3	3
4	4	5	4	4
5	5	4	3	2
4	4	5	4	5
5	5	5	4	4