

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Hasil analisis perhitungan memperlihatkan tingkat ketertarikan pada tampilan (*exposure*) iklan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat penggunaan kartu As Telkomsel 30 jam. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi (R) sebesar 0.601 dengan nilai $p = 0,000 < 0,05$ ($n = 79$ dengan tingkat signifikansi 0,05), kategori kuat. Hal ini menunjukkan tingkat ketertarikan pada tampilan (*exposure*) iklan dapat meningkatkan penggunaan kartu As Telkomsel 30 jam.
2. Kontribusi variabel tingkat ketertarikan pada tampilan (*exposure*) iklan kartu As terhadap tingkat penggunaan/konsumsi kartu As Telkomsel 30 jam, ditunjukkan dengan nilai *R Square* (R^2) sebesar = 0,361 atau sebesar 36,1%, sementara sebesar 63,9% tingkat penggunaan/konsumsi Kartu As Telkomsel 30 jam (Y) dipengaruhi faktor lain.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data serta kesimpulan sebelumnya, dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pengaruh tingkat ketertarikan pada tampilan (*exposure*) iklan hanya sebesar 36.1%. Sehubungan dengan itu, maka

disarankan kepada peneliti lainnya untuk meneliti faktor-faktor lainnya yang lebih berpengaruh terhadap tingkat penggunaan kartu As Telkomsel 30 jam seperti faktor kebutuhan, faktor ikut-ikutan dengan teman.

2. Penelitian ini mengambil sampel pada siswi SMA yang semuanya berjenis kelamin perempuan. Sehubungan dengan itu, disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan mengambil sampel penelitian di SMA dengan siswa campuran baik pengguna kartu As perempuan maupun laki-laki. Hal ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan tingkat ketertarikan antara laki-laki dan perempuan terhadap konsep iklan Kartu As 30 Jam seperti pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro & Erdinaya, Lukiati Komala, 2005, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Assael, Henry, 1998, *Consumer Behavior and Marketing Action*, 6th Ed. South-Western College Publishing, Cincinnati, OH.
- Azwar, Saifuddin, 1999, *Penyusunan Skala*, Pustaka Pelajar Offset, Yogyakarta.
- Barelson, Benard & Steiner, 2005, *Perilaku Manusia (Terjemahan)*, Erlangga, Jakarta.
- Biocca, Frank, 1998, "Opposing Conceptions of the Audience : The Active and Passive Hemispheres of Communication Theory", <http://www.mindlab.org/images/d/DOC1030.pdf>, diakses tanggal 20 Juli 2012.
- Braudrillard, Jean. 2004. *Masyarakat Konsumtif* (terjemahan). Kreatif Wacana, Yogyakarta.
- Chernev, A., 2003, "Product Assortment and Individual Decision Processes." *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 85, No. 1, 151-162.
- Devito, J.A., 2006, *Communicology An Introduction to Study of Communication*, Thomson Wadsworth, USA.
- Effendy, Onong Uchjana, 2007, *Dinamika Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Gultom, Elfrida Lenora. 2010. Analisis Pengaruh Penayangan Iklan Simpati *Freedom* di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian pada Siswa SMA Santo Thomas 1 Medan. *Skripsi* (Versi elektronik tidak dipublikasikan), Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Hayanti, Nurmala, 2010. Pengaruh Iklan Televisi Kartu Seluler IM3 Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Indosat Tbk. *Skripsi* (Versi elektronik tidak dipublikasikan), Universitas Mercu Buana, Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat, 2008, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Kencana, Jakarta.

Littlejohn, Stephen W. & Foss, Karen A., 2005, *Theories of Human Communication*, 8th edition, Thomson Wadsworth, USA.

Maulana, Joseph kopler 2009, *Ilmu Komunikasi*, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.

Rakhmat, J., 1996, *Psikologi Komunikasi*, Edisi Revisi, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

Sekaran, U., 2003, *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*, 4th Ed., New York: John Wiley & Sons, Inc.

Severin, Warner J. dan James W. Tankard, 2005, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa (terjemahan)*, Prenada Media, Jakarta.

Shimp, Terence, A., 2000, *Periklanan Promosi (Terjemahan)*, Jilid I, Edisi Kelima, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Singarimbun, M. & Sofian Effendi, 1999, *Metode Penelitian Survei*, LP3ES, Jakarta.

Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, CV. Alfabeta, Bandung.

Warto. 2006. Pengaruh Iklan Komersial Di Media Televisi Terhadap Masyarakat. *Jurnal Pemerhati Masalah Media*, Vol. 12, No. X.

Wibowo, Setyo. 2010. Pengaruh Iklan Televisi IM3 Versi J-Rock Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pulsa Konsumen (kasus pada siswa SMA Negeri 2 Bogor). *Skripsi* (Versi elektronik tidak dipublikasikan), IPB, Bogor.

Wikie, A., 2003, *Psikologi umum*, Pustaka Setia, Bandung.

<http://www.telkomsel.com/kartuas>.

www.marketing.co.id

www.nielsen.com

<http://nasional.jurnas.com>

DESKRIPSI DATA

Selectivity

Statistics

		Q1	Q2	Q3	Q4
N	Valid	79	79	79	79
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.71	3.87	3.89	4.00
Std. Error of Mean		.121	.096	.103	.110
Median		4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation		1.076	.853	.920	.974
Minimum		1	2	2	2
Maximum		5	5	5	5
Sum		293	306	307	316

Selectivity

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 8	3	3.8	3.8	3.8
10	1	1.3	1.3	5.1
11	3	3.8	3.8	8.9
12	4	5.1	5.1	13.9
13	4	5.1	5.1	19.0
14	12	15.2	15.2	34.2
15	12	15.2	15.2	49.4
16	11	13.9	13.9	63.3
17	9	11.4	11.4	74.7
18	10	12.7	12.7	87.3
19	2	2.5	2.5	89.9
20	8	10.1	10.1	100.0
Total	79	100.0	100.0	

Frequency Table

Q1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.5	2.5	2.5
	2	10	12.7	12.7	15.2
	3	18	22.8	22.8	38.0
	4	28	35.4	35.4	73.4
	5	21	26.6	26.6	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Q2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	7.6	7.6	7.6
	3	16	20.3	20.3	27.8
	4	39	49.4	49.4	77.2
	5	18	22.8	22.8	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Q3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	7.6	7.6	7.6
	3	20	25.3	25.3	32.9
	4	30	38.0	38.0	70.9
	5	23	29.1	29.1	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Q4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	7.6	7.6	7.6
	3	19	24.1	24.1	31.6
	4	23	29.1	29.1	60.8
	5	31	39.2	39.2	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Utilitarianism

Statistics

		Q5	Q6	Q7
N	Valid	79	79	79
	Missing	0	0	0
Mean		3.80	3.85	3.68
Std. Error of Mean		.120	.124	.124
Median		4.00	4.00	4.00
Std. Deviation		1.067	1.099	1.104
Minimum		1	2	1
Maximum		5	5	5
Sum		300	304	291

Utilitarianism

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 5	1	1.3	1.3	1.3
6	5	6.3	6.3	7.6
7	5	6.3	6.3	13.9
8	3	3.8	3.8	17.7
9	7	8.9	8.9	26.6
10	6	7.6	7.6	34.2
11	11	13.9	13.9	48.1
12	13	16.5	16.5	64.6
13	5	6.3	6.3	70.9
14	9	11.4	11.4	82.3
15	14	17.7	17.7	100.0
Total	79	100.0	100.0	

Frequency Table

Q5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.3	1.3	1.3
2	13	16.5	16.5	17.7
3	9	11.4	11.4	29.1
4	34	43.0	43.0	72.2
5	22	27.8	27.8	100.0
Total	79	100.0	100.0	

Q6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	13	16.5	16.5	16.5
3	15	19.0	19.0	35.4
4	22	27.8	27.8	63.3
5	29	36.7	36.7	100.0
Total	79	100.0	100.0	

Q7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.5	2.5	2.5
2	12	15.2	15.2	17.7
3	16	20.3	20.3	38.0
4	28	35.4	35.4	73.4
5	21	26.6	26.6	100.0
Total	79	100.0	100.0	

Intentionality

Statistics

		Q8	Q9	Q10	Q11
N	Valid	79	79	79	79
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.96	3.51	3.92	3.73
Std. Error of Mean		.123	.114	.098	.124
Median		4.00	3.00	4.00	4.00
Std. Deviation		1.091	1.011	.874	1.106
Minimum		1	1	1	1
Maximum		5	5	5	5
Sum		313	277	310	295

Intentionality

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	8	1.3	1.3	1.3
	9	10.1	10.1	11.4
	10	5.1	5.1	16.5
	12	2.5	2.5	19.0
	13	3.8	3.8	22.8
	14	7	8.9	31.6
	15	11	13.9	45.6
	16	14	17.7	63.3
	17	11	13.9	77.2
	18	6	7.6	84.8
	19	10	12.7	97.5
	20	2	2.5	100.0
Total	79	100.0	100.0	

Frequency Table

Q8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.8	3.8	3.8
	2	8	10.1	10.1	13.9
	3	6	7.6	7.6	21.5
	4	34	43.0	43.0	64.6
	5	28	35.4	35.4	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Q9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.3	1.3	1.3
	2	10	12.7	12.7	13.9
	3	33	41.8	41.8	55.7
	4	18	22.8	22.8	78.5
	5	17	21.5	21.5	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Q10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.3	1.3	1.3
	2	3	3.8	3.8	5.1
	3	18	22.8	22.8	27.8
	4	36	45.6	45.6	73.4
	5	21	26.6	26.6	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Q11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	5.1	5.1	5.1
	2	8	10.1	10.1	15.2
	3	13	16.5	16.5	31.6
	4	34	43.0	43.0	74.7
	5	20	25.3	25.3	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Involvement

Statistics

		Q12	Q13	Q14
N	Valid	79	79	79
	Missing	0	0	0
Mean		3.73	3.89	3.54
Std. Error of Mean		.108	.094	.119
Median		4.00	4.00	4.00
Std. Deviation		.957	.832	1.060
Minimum		2	2	1
Maximum		5	5	5
Sum		295	307	280

Involvement

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 7	1	1.3	1.3	1.3
8	8	10.1	10.1	11.4
9	13	16.5	16.5	27.8
10	12	15.2	15.2	43.0
11	10	12.7	12.7	55.7
12	11	13.9	13.9	69.6
13	10	12.7	12.7	82.3
14	8	10.1	10.1	92.4
15	6	7.6	7.6	100.0
Total	79	100.0	100.0	

Frequency Table

Q12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	7	8.9	8.9	8.9
3	28	35.4	35.4	44.3
4	23	29.1	29.1	73.4
5	21	26.6	26.6	100.0
Total	79	100.0	100.0	

Q13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	6.3	6.3	6.3
	3	17	21.5	21.5	27.8
	4	39	49.4	49.4	77.2
	5	18	22.8	22.8	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Q14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.5	2.5	2.5
	2	11	13.9	13.9	16.5
	3	25	31.6	31.6	48.1
	4	24	30.4	30.4	78.5
	5	17	21.5	21.5	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Imprevious of Influence**Statistics**

		Q15	Q16	Q17	Q18	Q19
N	Valid	79	79	79	79	79
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.70	3.99	3.67	3.73	3.84
Std. Error of Mean		.104	.089	.106	.095	.121
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation		.925	.792	.944	.843	1.079
Minimum		2	2	2	2	1
Maximum		5	5	5	5	5
Sum		292	315	290	295	303

Imprepious

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10	1	1.3	1.3	1.3
	11	2	2.5	2.5	3.8
	12	5	6.3	6.3	10.1
	13	1	1.3	1.3	11.4
	15	2	2.5	2.5	13.9
	16	8	10.1	10.1	24.1
	17	3	3.8	3.8	27.8
	18	2	2.5	2.5	30.4
	19	14	17.7	17.7	48.1
	20	12	15.2	15.2	63.3
	21	11	13.9	13.9	77.2
	22	10	12.7	12.7	89.9
	23	4	5.1	5.1	94.9
	24	4	5.1	5.1	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Frequency Table

Q15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	11	13.9	13.9	13.9
	3	16	20.3	20.3	34.2
	4	38	48.1	48.1	82.3
	5	14	17.7	17.7	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Q16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.3	1.3	1.3
	3	22	27.8	27.8	29.1
	4	33	41.8	41.8	70.9
	5	23	29.1	29.1	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Q17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	12	15.2	15.2	15.2
	3	16	20.3	20.3	35.4
	4	37	46.8	46.8	82.3
	5	14	17.7	17.7	100.0
Total		79	100.0	100.0	

Q18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	6.3	6.3	6.3
	3	26	32.9	32.9	39.2
	4	33	41.8	41.8	81.0
	5	15	19.0	19.0	100.0
Total		79	100.0	100.0	

Q19

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	5.1	5.1	5.1
	2	6	7.6	7.6	12.7
	3	11	13.9	13.9	26.6
	4	36	45.6	45.6	72.2
	5	22	27.8	27.8	100.0
Total		79	100.0	100.0	

Utility

Statistics

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5
N	Valid	79	79	79	79	79
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.46	4.56	1.84	2.20	2.47
Std. Error of Mean		.069	.080	.134	.129	.132
Median		5.00	5.00	1.00	3.00	3.00
Std. Deviation		.616	.712	1.192	1.148	1.175
Minimum		2	2	1	1	1
Maximum		5	5	5	5	5
Sum		352	360	145	174	195

UTILITY

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 12	12	15.2	15.2	15.2
13	24	30.4	30.4	45.6
14	2	2.5	2.5	48.1
15	1	1.3	1.3	49.4
17	20	25.3	25.3	74.7
18	1	1.3	1.3	75.9
19	16	20.3	20.3	96.2
20	1	1.3	1.3	97.5
21	1	1.3	1.3	98.7
24	1	1.3	1.3	100.0
Total	79	100.0	100.0	

Frequency Table

Q1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1.3	1.3	1.3
3	2	2.5	2.5	3.8
4	36	45.6	45.6	49.4
5	40	50.6	50.6	100.0
Total	79	100.0	100.0	

Q2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.5	2.5	2.5
	3	4	5.1	5.1	7.6
	4	21	26.6	26.6	34.2
	5	52	65.8	65.8	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Q3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	50	63.3	63.3	63.3
	2	2	2.5	2.5	65.8
	3	20	25.3	25.3	91.1
	4	4	5.1	5.1	96.2
	5	3	3.8	3.8	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Q4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	35	44.3	44.3	44.3
	3	40	50.6	50.6	94.9
	4	1	1.3	1.3	96.2
	5	3	3.8	3.8	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Q5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	23	29.1	29.1	29.1
	2	16	20.3	20.3	49.4
	3	21	26.6	26.6	75.9
	4	18	22.8	22.8	98.7
	5	1	1.3	1.3	100.0
Total	79	100.0	100.0		

Fasilitas

Statistics

		Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
N	Valid	79	79	79	79	79
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.59	4.41	4.56	4.59	3.48
Std. Error of Mean		.078	.073	.082	.078	.114
Median		5.00	4.00	5.00	5.00	4.00
Std. Deviation		.689	.651	.729	.689	1.011
Minimum		2	2	2	2	2
Maximum		5	5	5	5	5
Sum		363	348	360	363	275

FASILITAS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 10	1	1.3	1.3	1.3
11	1	1.3	1.3	2.5
16	3	3.8	3.8	6.3
18	13	16.5	16.5	22.8
19	6	7.6	7.6	30.4
20	2	2.5	2.5	32.9
21	1	1.3	1.3	34.2
22	15	19.0	19.0	53.2
24	24	30.4	30.4	83.5
25	13	16.5	16.5	100.0
Total	79	100.0	100.0	

Frequency Table

Q6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	2.5	2.5	2.5
3	3	3.8	3.8	6.3
4	20	25.3	25.3	31.6
5	54	68.4	68.4	100.0
Total	79	100.0	100.0	

Q7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.5	2.5	2.5
	3	1	1.3	1.3	3.8
	4	39	49.4	49.4	53.2
	5	37	46.8	46.8	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Q8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.8	3.8	3.8
	3	2	2.5	2.5	6.3
	4	22	27.8	27.8	34.2
	5	52	65.8	65.8	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Q9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.5	2.5	2.5
	3	3	3.8	3.8	6.3
	4	20	25.3	25.3	31.6
	5	54	68.4	68.4	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Q10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	16	20.3	20.3	20.3
	3	23	29.1	29.1	49.4
	4	26	32.9	32.9	82.3
	5	14	17.7	17.7	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Exposure Iklan Kartu As Telkomsel 30 jam

Statistics

EXPOSURE		
N	Valid	79
	Missing	0
Mean		72.01
Std. Error of Mean		1.407
Median		75.00
Std. Deviation		12.505
Minimum		45
Maximum		93
Sum		5689

EXPOSURE				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	45	4	5.1	5.1
	50	1	1.3	6.3
	51	1	1.3	7.6
	52	2	2.5	10.1
	54	2	2.5	12.7
	55	1	1.3	13.9
	56	1	1.3	15.2
	59	1	1.3	16.5
	60	2	2.5	19.0
	62	3	3.8	22.8
	63	2	2.5	25.3
	64	1	1.3	26.6
	65	2	2.5	29.1
	67	4	5.1	34.2
	69	1	1.3	35.4
	70	4	5.1	40.5
	71	3	3.8	44.3
	72	4	5.1	49.4
	75	7	8.9	58.2
	76	3	3.8	62.0
	77	1	1.3	63.3
	78	1	1.3	64.6
	79	2	2.5	67.1
	80	1	1.3	68.4
	81	1	1.3	69.6
	82	7	8.9	78.5
	83	2	2.5	81.0
	84	2	2.5	83.5
	85	2	2.5	86.1
	87	6	7.6	93.7
	88	1	1.3	94.9
	90	1	1.3	96.2
	92	2	2.5	98.7
	93	1	1.3	100.0
Total	79	100.0	100.0	

Tingkat Penggunaan/Konsumsi Kartu As Telkomsel 30 jam

Statistics

TINGKAT

N	Valid	79
	Missing	0
Mean		37.15
Std. Error of Mean		.544
Median		37.00
Std. Deviation		4.839
Minimum		23
Maximum		48
Sum		2935

TINGKAT

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 23	1	1.3	1.3	1.3
30	15	19.0	19.0	20.3
31	1	1.3	1.3	21.5
36	6	7.6	7.6	29.1
37	23	29.1	29.1	58.2
38	1	1.3	1.3	59.5
39	16	20.3	20.3	79.7
41	2	2.5	2.5	82.3
44	13	16.5	16.5	98.7
48	1	1.3	1.3	100.0
Total	79	100.0	100.0	

EXPOSURE IKLAN KARTU AS TELKOMSEL 30 JAM (X)

Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11
1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5
2	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4
3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	4	4
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5
8	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
9	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5
10	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5
11	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4
12	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
14	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
15	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
16	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
17	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5
18	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
19	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4
20	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
21	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
22	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4
23	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4
26	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4
27	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
28	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
30	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4

Resp	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Q21
1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
2	5	4	5	3	5	4	3	3	4	4
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3
5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
7	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3
8	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4
9	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
11	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5
12	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3
13	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5
14	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4
15	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4
16	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4
17	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4
18	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4
19	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3
20	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5
21	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4
22	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3
23	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	5	5	5	3	5	4	3	3	4	5
26	4	3	4	3	4	4	4	3	4	5
27	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3
28	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
29	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	5	5	5	3	5	4	3	3	4	5

**TINGKAT PENGGUNAAN/KONSUMSI KARTU AS TELKOMSEL 30 JAM
(Y)**

Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
1	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3
2	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
3	4	4	1	1	2	4	4	4	4	2
4	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
5	4	5	1	3	4	5	4	5	5	3
6	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5
7	4	4	1	1	2	4	4	4	4	2
8	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
9	4	5	1	3	4	5	4	5	5	3
10	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5
11	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
12	4	4	1	1	2	4	4	4	4	2
13	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
14	4	5	1	3	4	5	4	5	5	3
15	4	5	1	3	4	5	4	5	5	3
16	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5
17	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3
18	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
19	4	4	1	1	2	4	4	4	4	2
20	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
21	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5
22	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
23	4	4	1	1	2	4	4	4	4	2
24	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
25	4	5	1	3	4	5	4	5	5	3
26	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5
27	4	5	1	3	4	5	4	5	5	3
28	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5
29	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
30	4	4	1	1	2	4	4	4	4	2

SURAT PENGANTAR KUESIONER

Kepada Yth.

Para Siswi SMA Stella Duce 1

Kota Baru, Yogyakarta

Dengan hormat,

Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam penyelesaian pendidikan pada Jurusan Ilmu Komunikasi Program Strata-1 (S-1) di Universitas Atma Jaya Yogyakarta, sebagai bahan penulisan skripsi kami melaksanakan penelitian dengan judul:

**PENGARUH TINGKAT KETERTARIKAN PADA *EXPOSURE* IKLAN
TERHADAP PENGGUNAAN PRODUK
(Studi Eksplanatif tentang Pengaruh tingkat ketertarikan pada *Exposure* Iklan TVC
Kartu As Telkomsel terhadap Tingkat Penggunaan Kartu As 30 Jam Pada Siswa
Pelanggan Kartu As di SMA Stella Duce I Yogyakarta)**

Sehungan dengan itu, kami mohon kesediaan Anda, untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan petunjuk pengisiannya. Perlu kami sampaikan bahwa sesuai etika penelitian, kami akan merahasiakan identitas Anda dalam penulisan ini.

Bantuan dari Anda untuk mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya, secara obyektif, dan apa adanya sangat berarti bagi penelitian ini. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Peneliti,

ROSARI RATRI NARISWARI
No. Mhs. : 040902438

KRITERIA RESPONDEN

Pernah melihat Iklan Kartu AS Telkomsel 30 Jam?	(YA/TIDAK) (<i>coret yang tidak perlu</i>)
Menggunakan Kartu AS Telkomsel 30 Jam?	(YA/TIDAK) (<i>coret yang tidak perlu</i>)

PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

1. Bacalah sejumlah pernyataan di bawah ini dengan teliti.
2. Anda dimohon untuk memberikan penilaian mengenai pengaruh *exposure* iklan Kartu As Telkomsel 30 Jam terhadap penggunaan Kartu AS 30 Jam.
3. Anda dimohon untuk memberikan jawaban sesuai dengan keadaan Anda secara objektif dengan memberi tanda silang (X) pada salah satu kriteria untuk setiap pernyataan yang menurut Anda paling tepat.
4. Skor yang diberikan tidak mengandung nilai jawaban benar-salah melainkan menunjukkan kesesuaian penilaian Anda terhadap isi setiap pernyataan.
5. Pilihan jawaban yang tersedia untuk kuesioner Eksposur Iklan Kartu AS Telkomsel 30 jam adalah:
 - STM** = apabila menurut Anda **Sangat Tidak Menarik**
 - TM** = apabila menurut Anda **Tidak Menarik**
 - C** = apabila menurut Anda **Cukup**
 - M** = apabila menurut Anda **Menarik**
 - SM** = apabila menurut Anda **Sangat Menarik**
6. Pilihan jawaban yang tersedia untuk kuesioner Tingkat Penggunaan Kartu AS Telkomsel 30 jam adalah
 - TP** = apabila menurut Anda **Tidak Pernah**
 - J** = apabila menurut Anda **Jarang**
 - KK** = apabila menurut Anda **Kadang-kadang**
 - S** = apabila menurut Anda **Sering**
 - SS** = apabila menurut Anda **Sangat Sering**
7. Dimohon dalam memberikan penilaian tidak ada pernyataan yang terlewatkan.

8. Hasil penelitian ini hanya untuk kepentingan akademis saja. Identitas dari Anda akan dirahasiakan dan hanya diketahui oleh peneliti. Hasil penilaian ini tidak akan ada pengaruhnya terhadap status Anda sebagai seorang siswa.

Kuesioner A

Exposure Iklan Kartu AS Telkomsel 30 jam

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STM	TM	C	M	SM
STM: Sangat Tidak Menarik, TM: Tidak Menarik, C: Cukup, M: Menarik, SM: Sangat Menarik <i>Selectivity (kemampuan memilih)</i>						
1	Versi iklan Kartu AS Telkomsel 30 jam					
2	Tayangan iklan Kartu AS Telkomsel 30 jam yang terkesan nakal					
3	Isi iklan Kartu AS Telkomsel 30 jam yang saya lihat					
4	Tampilan/visial iklan Kartu AS Telkomsel 30 jam					
5	Cerita percintaan sepasang kekasih dalam iklan Kartu AS Telkomsel 30 jam					
Pernyataan		STM	TM	C	M	SM
STM: Sangat Tidak Menarik, TM: Tidak Menarik, C: Cukup, M: Menarik, SM: Sangat Menarik <i>Utilitarianism (pemanfaatan)</i>						
6	Tampilan/visual iklan Kartu AS Telkomsel 30 jam sebagai penyegar pikiran					
7	Tampilan/visual iklan Kartu AS Telkomsel 30 jam sebagai penghilang rasa bosan					
8	Cara iklan Kartu seluler AS Telkomsel 30 jam sebagai sumber informasi					
Pernyataan		STM	TM	C	M	SM
STM: Sangat Tidak Menarik, TM: Tidak Menarik, C: Cukup, M: Menarik, SM: Sangat Menarik <i>Intentionality (tujuan/maksud)</i>						
9	Cara iklan Kartu AS Telkomsel 30 jam dalam memberi hiburan					
10	Cara iklan Kartu AS Telkomsel 30 jam dalam memberitahukan hal-hal baru mengenai kartu seluler					
11	Cara iklan Kartu AS Telkomsel 30 jam dalam mempengaruhi penggantian kartu seluler konsumen					
12	Cara iklan Kartu AS Telkomsel 30 jam dalam mempengaruhi audiens agar melihat iklannya					
Pernyataan		STM	TM	C	M	SM
STM: Sangat Tidak Menarik, TM: Tidak Menarik, C: Cukup, M: Menarik, SM: Sangat Menarik <i>Involvement (keterlibatan)</i>						

13	Cara iklan Kartu AS Telkomsel 30 jam agar audiens terlibat secara emosional dalam cerita percintaan					
14	Cara iklan Kartu AS Telkomsel 30 jam agar audiens melihat dari awal sampai akhir iklan					
15	Cara iklan Kartu AS Telkomsel 30 jam agar yang audiens menjadikan iklan ini sebagai salah satu tontonan					
Pernyataan		STM	TM	C	M	SM
STM: Sangat Tidak Menarik, TM: Tidak Menarik, C: Cukup, M: Menarik, SM: Sangat Menarik <i>Imprevious of influence (kemampuan melawan pengaruh media)</i>						
16	Alur cerita iklan Kartu AS Telkomsel 30 jam					
17	Model iklan Kartu AS Telkomsel 30 jam					
18	Cara iklan Kartu AS Telkomsel 30 jam untuk memikat hati audiens					
19	Cara iklan Kartu As Telkomsel 30 jam dalam mengajak audiens untuk menggunakannya.					
20	Cara Iklan Kartu As Telkomsel 30 jam agar audiens mengikuti orang yang telah menggunakannya					
21	Cara iklan Kartu As Telkomsel 30 jam agar audiens ikut merasakan hal yang dirasakan sepasang kekasih pada tayangan iklan.					

B. Tingkat Penggunaan/Konsumsi kartu As Telkomsel 30 jam

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		TP	J	KK	S	SS
<i>TP: tidak pernah, KK: kadang-kadang, J: jarang, S: sering, SS: sangat sering</i>						
Utility						
1	Menggunakan kartu As Telkomsel 30 jam untuk SMS					
2	Menggunakan kartu As Telkomsel 30 jam untuk menelpon					
3	Menggunakan kartu As Telkomsel 30 jam untuk transfer pulsa					
4	Menggunakan kartu As Telkomsel 30 jam untuk internetan					
5	Menggunakan kartu As Telkomsel 30 jam untuk facebook					
<i>TP: tidak pernah, KK: kadang-kadang, J: jarang, S: sering, SS: sangat sering</i>						

Fasilitas					
6	Saya menggunakan fasilitas kartu As Telkomsel 30 jam dengan mengetik *100#				
7	Saya menggunakan fasilitas kartu As Telkomsel 30 jam				
8	Saya menggunakan fasilitas gratis menelepon dari kartu AS Telkomsel 30 jam dengan menelpon ke sesama pelanggan Telkomsel berbatas Rp.1.000,- terlebih dahulu				
9	Saya menggunakan fasilitas kartu As Telkomsel 30 jam untuk mendapatkan gratis bicara 200 menit pada hari yang sama jam 00.00 – sampai 23.59				
10	Saya menggunakan fasilitas kartu As Telkomsel 30 jam untuk mendapatkan gratis bicara 200 menit pada hari berikutnya jam 00.00 sampai 06.00.				

Periksa Kembali, Pastikan Semua Jawaban Terisi



Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Exposure iklan kartu As Telkomsel 30 jam ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Tingkat penggunaan/konsumsi kartu As Telkomsel 30 jam

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.601 ^a	.361	.353	3.892

a. Predictors: (Constant), Exposure iklan kartu As Telkomsel 30 jam

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	659.811	1	659.811	43.559	.000 ^a
	Residual	1166.366	77	15.148		
	Total	1826.177	78			

a. Predictors: (Constant), Exposure iklan kartu As Telkomsel 30 jam

b. Dependent Variable: Tingkat penggunaan/konsumsi kartu As Telkomsel 30 jam

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.403	2.575		7.923	.000
	Exposure iklan kartu As Telkomsel 30 jam	.233	.035	.601	6.600	.000

a. Dependent Variable: Tingkat penggunaan/konsumsi kartu As Telkomsel 30 jam

EXPOSURE IKLAN KARTU AS TELKOMSEL 30 JAM

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.923	21

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	86.93	54.685	.690	.918
Q2	87.67	59.402	.019	.933
Q3	87.03	55.137	.632	.919
Q4	86.77	53.702	.908	.914
Q5	87.13	51.016	.738	.916
Q6	86.87	53.499	.874	.914
Q7	86.77	53.702	.908	.914
Q8	86.87	53.775	.730	.917
Q9	87.00	55.379	.594	.919
Q10	86.90	53.403	.770	.916
Q11	86.97	54.378	.641	.918
Q12	86.97	52.240	.752	.916
Q13	87.13	51.844	.705	.917
Q14	87.07	56.547	.444	.922
Q15	87.40	50.593	.751	.916
Q16	87.17	56.971	.417	.922
Q17	87.10	55.128	.653	.918
Q18	87.37	56.585	.393	.923
Q19	87.77	55.357	.655	.919
Q20	87.10	55.817	.555	.920
Q21	87.37	60.378	-.069	.935

EXPOSURE IKLAN KARTU AS TELKOMSEL 30 JAM

TANPA BUTIR GUGUR

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.945	19

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	79.03	54.171	.706	.942
Q3	79.13	54.464	.670	.942
Q4	78.87	53.292	.910	.939
Q5	79.23	50.323	.767	.941
Q6	78.97	53.068	.880	.939
Q7	78.87	53.292	.910	.939
Q8	78.97	53.413	.725	.941
Q9	79.10	55.128	.573	.944
Q10	79.00	52.966	.775	.940
Q11	79.07	53.926	.648	.943
Q12	79.07	51.720	.766	.940
Q13	79.23	51.082	.742	.941
Q14	79.17	56.213	.434	.946
Q15	79.50	50.259	.746	.942
Q16	79.27	56.478	.429	.946
Q17	79.20	54.855	.635	.943
Q18	79.47	56.051	.409	.946
Q19	79.87	54.878	.667	.942
Q20	79.20	55.614	.526	.944

TINGKAT PENGGUNAAN/KONSUMSI KARTU AS TELKOMSEL 30 JAM

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.955	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	38.90	33.128	.834	.951
Q2	38.70	33.390	.897	.950
Q3	39.70	25.734	.937	.949
Q4	38.87	32.257	.788	.951
Q5	39.83	26.282	.952	.946
Q6	38.70	33.390	.897	.950
Q7	38.90	33.128	.834	.951
Q8	38.70	33.390	.897	.950
Q9	38.70	33.390	.897	.950
Q10	39.90	27.334	.903	.948

Exposure iklan kartu As telkomsel 30 jam

Resp	Selectivity				Utilitarianism			Intentionality			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11
1	4	5	5	5	4	5	3	4	4	5	4
2	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5
3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5
4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5
5	3	4	3	3	4	4	3	5	3	4	4
6	3	4	4	5	2	3	4	4	3	4	4
7	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
8	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
9	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4
10	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4
11	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5
12	5	3	4	5	4	3	2	2	3	2	2
13	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4
14	5	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5
15	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
16	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
17	4	3	4	3	1	2	2	1	3	3	2
18	5	5	5	3	2	3	4	3	5	5	1
19	5	4	4	5	5	5	3	4	4	5	4
20	2	4	3	5	4	4	2	5	2	4	5
21	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4
22	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	4
23	5	2	3	5	4	4	2	5	2	4	5
24	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	4
25	5	3	5	3	5	5	5	5	3	4	5
26	5	4	5	3	5	5	5	5	3	4	5
27	4	3	2	2	5	5	5	5	3	3	3
28	2	5	3	5	4	5	4	4	3	3	5
29	4	3	4	3	2	2	2	1	3	3	2
30	2	5	5	5	4	4	4	4	2	3	4
31	4	5	3	5	4	4	3	5	3	5	4
32	1	4	3	4	3	3	1	5	2	4	5
33	4	3	4	3	2	2	2	1	3	3	2
34	3	3	3	5	4	2	2	3	2	3	1
35	4	3	2	2	5	5	5	5	3	3	3
36	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
37	3	4	4	4	2	2	3	2	3	2	3
38	3	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4
39	3	4	3	3	3	4	4	4	2	4	3
40	4	5	4	4	2	3	3	3	3	3	3
41	3	4	4	4	2	2	2	3	3	4	4
42	4	5	4	5	3	3	4	5	3	4	4

Resp	Selectivity				Utilitarianism			Intentionality			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11
43	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
44	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
45	3	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4
46	3	3	3	3	4	4	3	5	3	4	4
47	3	4	4	4	2	2	2	2	4	3	3
48	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5
49	3	4	3	4	4	3	5	4	3	5	4
50	2	4	3	3	4	2	3	4	3	4	4
51	3	3	3	2	5	4	4	4	3	3	4
52	4	4	4	5	5	5	5	4	3	5	3
53	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
54	4	2	4	5	4	4	4	5	4	5	5
55	4	4	4	5	4	5	5	4	5	3	4
56	3	3	4	4	3	3	5	2	3	2	2
57	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2
58	4	3	4	5	3	4	4	4	3	4	4
59	2	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5
60	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
61	1	3	2	4	5	4	5	4	4	3	4
62	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
63	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	3	3	3	3	4	5	3	5	3	4	4
66	5	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4
67	3	4	3	3	3	4	4	5	1	4	3
68	3	3	3	5	4	2	2	3	2	3	1
69	3	3	3	5	4	5	2	3	2	3	1
70	4	2	3	4	3	2	1	2	2	1	3
71	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
72	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2
73	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4
74	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2
75	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4
76	2	5	3	4	4	3	3	4	3	4	3
77	2	5	3	4	4	3	2	4	3	4	3
78	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4
79	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4

Resp	<i>Involvement</i>			<i>Imprevious of Influence</i>				
	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19
1	3	4	5	5	5	5	5	4
2	4	5	3	5	4	3	3	4
3	4	5	3	5	4	3	3	5
4	5	5	4	4	4	4	4	5
5	3	3	3	3	3	3	3	4
6	5	4	4	4	5	4	4	5
7	5	4	4	4	4	4	4	5
8	3	4	3	4	4	4	3	4
9	3	4	3	4	4	4	3	5
10	5	4	4	4	4	4	4	4
11	5	5	5	4	5	4	4	4
12	3	4	2	2	3	2	3	2
13	4	5	5	4	5	4	4	5
14	4	5	3	4	5	4	4	5
15	5	4	4	4	4	4	4	5
16	4	4	3	4	4	4	3	4
17	3	2	4	4	3	3	2	3
18	5	3	5	5	5	5	3	4
19	3	4	5	4	5	5	4	4
20	4	3	3	3	5	2	5	5
21	4	5	5	4	5	4	4	4
22	5	4	5	4	4	4	4	5
23	4	3	3	3	5	2	5	4
24	5	4	4	4	5	4	4	5
25	4	4	5	5	3	5	3	3
26	4	4	5	5	3	5	3	4
27	5	4	2	4	3	2	4	3
28	5	5	1	2	3	3	4	5
29	3	2	4	4	3	4	2	3
30	4	4	4	2	5	5	5	4
31	4	4	3	5	5	3	4	4
32	4	2	3	3	3	2	4	4
33	3	2	4	4	4	3	2	3
34	2	4	2	2	3	2	3	1
35	4	4	2	4	3	5	4	3
36	5	5	5	5	5	4	4	5
37	3	2	2	2	2	4	2	3
38	4	3	3	3	4	4	4	4
39	3	3	2	3	4	3	3	4
40	3	3	4	4	4	4	3	5
41	3	3	3	3	4	4	4	4
42	4	4	4	4	5	4	4	5

Resp	<i>Involvement</i>			<i>Imprevious of Influence</i>				
	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19
43	4	4	3	3	4	3	5	4
44	5	5	5	5	4	5	5	5
45	4	4	4	3	4	5	5	4
46	3	3	3	3	3	3	3	4
47	3	4	3	3	4	4	4	4
48	4	4	5	5	3	5	5	4
49	5	4	3	4	4	3	5	2
50	4	4	1	3	3	3	3	3
51	3	3	4	4	4	4	3	4
52	4	4	4	4	5	4	5	5
53	5	5	5	5	4	5	5	5
54	5	5	4	4	5	4	5	3
55	4	4	4	4	3	4	4	5
56	3	3	3	3	4	4	3	2
57	2	3	3	2	3	2	3	2
58	5	5	5	4	5	4	4	5
59	5	5	4	4	5	4	5	4
60	3	4	3	4	4	4	3	4
61	3	4	4	3	5	4	5	3
62	5	4	4	4	4	4	4	4
63	4	5	5	4	5	4	4	4
64	5	5	5	5	5	5	4	4
65	3	3	3	3	3	3	3	4
66	3	4	4	5	5	5	4	5
67	3	3	2	3	4	3	3	4
68	2	5	2	2	3	2	3	1
69	2	5	2	2	4	2	3	1
70	3	3	2	2	3	2	2	1
71	3	4	3	4	4	4	3	4
72	2	3	3	2	3	2	3	2
73	5	4	5	5	3	5	5	5
74	2	3	3	2	3	2	3	2
75	3	4	4	4	4	4	4	4
76	3	4	3	4	4	3	4	4
77	2	4	2	4	4	3	4	3
78	3	4	4	4	4	4	4	4
79	3	4	4	4	4	4	4	4

Tingkat Penggunaan/Konsumsi Kartu As Telkomsel 30 jam

Resp	Utility					Fasilitas				
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
1	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4
2	4	5	1	3	4	5	4	5	5	3
3	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5
4	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
5	4	4	1	1	2	4	4	4	4	2
6	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
7	4	5	1	3	4	5	4	5	5	3
8	4	5	1	3	4	5	4	5	5	3
9	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5
10	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3
11	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
12	4	4	1	1	2	4	4	4	4	2
13	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
14	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5
15	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
16	4	4	5	3	3	3	4	4	5	3
17	3	4	3	3	2	5	4	3	2	2
18	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4
19	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
20	5	4	5	3	2	2	2	2	3	2
21	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3
22	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
23	4	4	1	1	2	4	4	4	4	2
24	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
25	4	5	1	3	4	5	4	5	5	3
26	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5
27	4	4	1	1	2	4	4	4	4	2
28	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
29	4	5	1	3	4	5	4	5	5	3
30	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5
31	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
32	4	4	1	1	2	4	4	4	4	2
33	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
34	4	5	1	3	4	5	4	5	5	3
35	4	5	1	3	4	5	4	5	5	3
36	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5
37	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3
38	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
39	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3
40	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
41	4	4	1	1	2	4	4	4	4	2
42	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4

Resp	Utility					Fasilitas				
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
43	4	5	1	3	4	5	4	5	5	3
44	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5
45	4	4	1	1	2	4	4	4	4	2
46	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
47	4	5	1	3	4	5	4	5	5	3
48	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5
49	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
50	4	4	1	1	2	4	4	4	4	2
51	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
52	4	5	1	3	4	5	4	5	5	3
53	4	5	1	3	4	5	4	5	5	3
54	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5
55	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3
56	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
57	4	4	1	1	2	4	4	4	4	2
58	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
59	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5
60	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
61	4	4	1	1	2	4	4	4	4	2
62	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
63	4	5	1	3	4	5	4	5	5	3
64	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5
65	4	5	1	3	4	5	4	5	5	3
66	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5
67	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
68	4	4	1	1	2	4	4	4	4	2
69	4	2	2	3	3	3	3	3	4	3
70	2	2	2	5	2	2	2	2	2	2
71	4	3	5	3	3	3	4	4	4	3
72	3	3	3	3	2	5	4	2	3	2
73	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4
74	4	5	1	3	4	5	4	5	5	3
75	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5
76	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
77	4	4	1	1	2	4	4	4	4	2
78	5	5	1	1	1	5	5	5	5	4
79	4	5	1	3	4	5	4	5	5	3