

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Salah satu strategi periklanan dalam komunikasi pemasaran yang dapat digunakan untuk mengatasi perilaku penghindaran iklan adalah dengan menggunakan *Product Placement*. Penggunaan strategi tersebut digunakan oleh Layangan Putus yang menempatkan produk mobil Mazda sebagai transportasi pemain utama sebagai cara untuk mempromosikan mobil Mazda kepada khalayak.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan terdapat pengaruh terpaan *product placement* mobil Mazda terhadap *brand awareness* mobil Mazda pada penonton series Layangan Putus. Berdasarkan 104 responden diperoleh hasil nilai variabel X yaitu terpaan *product placement* (X) terhadap variabel *brand awareness* (Y) dengan nilai t hitung sebesar  $7,766 > t_{tabel}$  sebesar 1,98 dan nilai sig. yaitu  $0,000 < 0,05$  memiliki arti bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y

Apabila dilihat dari hasil uji regresi linear sederhana yang menunjukkan besarnya korelasi yaitu pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 0,610 yang menyatakan bahwa korelasi antara kedua variabel nilainya kuat sedangkan untuk pengaruhnya adalah sebesar 0,372 atau 37,2 % sedangkan 62,8 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hipotesis yang sudah dibuat, dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima sehingga hasil akhir dari penelitian ini adalah Terdapat

Pengaruh terpaan *product placement* Mobil Mazda dalam series Layangan Putus terhadap *brand awareness* mobil Mazda pada penonton series Layangan Putus

## **B. Saran**

Saran yang dapat peneliti berikan setelah melakukan penelitian adalah:

### **1. Saran Akademis**

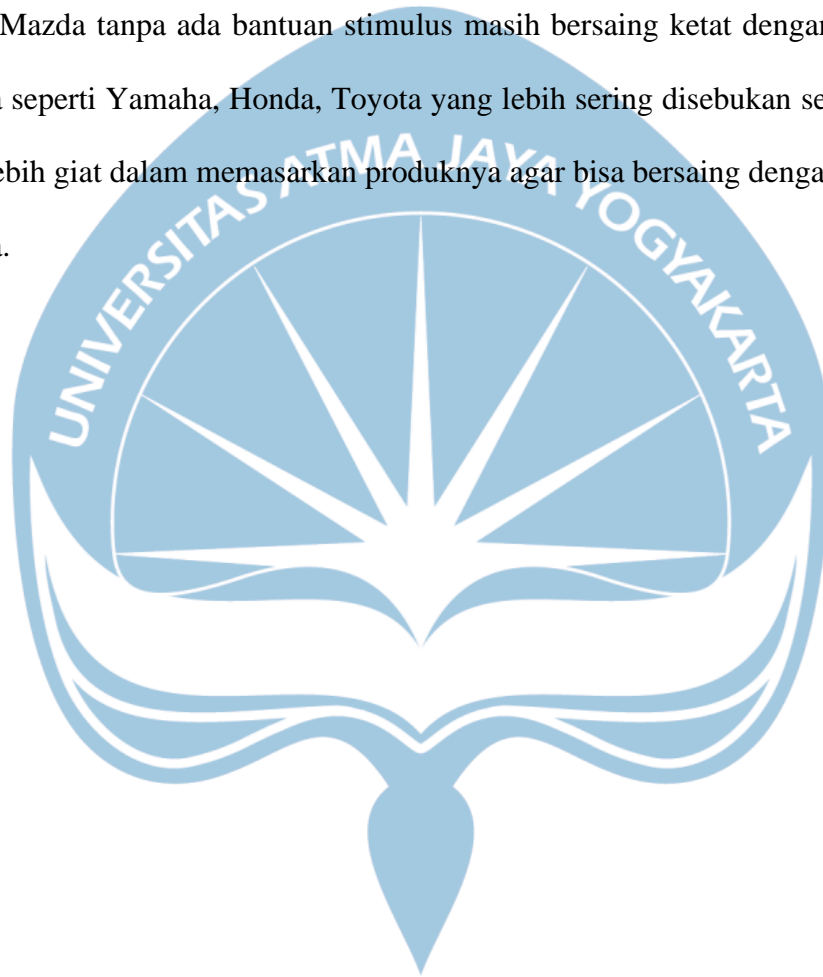
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan adanya penelitian-penelitian lain yang serupa dan dapat dimanfaatkan sebagai ide untuk memasarkan produk dan memperkenalkan merek kepada masyarakat dengan metode *Product Placement*.

Penelitian ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan sehingga diharapkan peneliti selanjutnya dapat menemukan celah-celah yang bisa digunakan untuk meneliti hal serupa dengan variabel yang relevan karena berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan terdapat 62,8 persen variabel lain di luar *product placement* dalam mempengaruhi *brand awareness*. Termasuk pemilihan populasi yang lebih spesifik seperti eksekutif muda, komunitas pecinta mobil/film sehingga penelitian dapat lebih mendalam dan matang.

### **2. Saran Praktis**

Pada saran praktis berdasarkan hasil data yang sudah diperoleh menunjukkan bahwa aspek *frekuensi visual placement* memiliki nilai *mean* paling rendah dari variabel X dibanding aspek lainnya sehingga diharapkan bahwa penelitian ini dapat menjadi masukan dan evaluasi bagi pihak Mazda untuk dapat lebih sering

menampilkan mobil/Mazda ataupun logo Mazda sehingga frekuensi *product placement* semakin dapat terlihat oleh khalayak melalui *scene* yang ada. Pada variabel Y nilai mean terendah terdapat pada aspek *brand recall* yaitu kesadaran khalayak terhadap merek Mazda tanpa ada bantuan stimulus masih bersaing ketat dengan merek mobil lainnya seperti Yamaha, Honda, Toyota yang lebih sering disebutkan sehingga Mazda perlu lebih giat dalam memasarkan produknya agar bisa bersaing dengan merek mobil lainnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Allen, J. (2007). *The Executive's Guide To Corporate Events And Business Entertaining: How To Choose And Use Corporate Functions To Increase Brand Awareness, Develop New Business, Nurture Customer Loyalty And Drive Growth*. Ontario. John Wiley & Sons.
- Anggita, V. (2022). *Jurus Ricky Thio Dongkrak Pasar Mazda di Indonesia*. SWASEMBADA. <https://swa.co.id/swa/trends/marketing/jurus-ricky-thio-dongkrak-pasar-mazda-di-indonesia>
- Ardani, F. (2020). *Sejarah Mazda, Produsen Tutup Botol dan Motor 3 Roda*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/2020112112617-384-568898/sejarah-mazda-produsen-tutup-botol-dan-motor-3-roda>
- Ardianto, D. (2014). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Balasubramanian, S. K., Karrh, J. A., & Patwardhan, H. (2006). Audience response to product placements: An integrative framework and future research agenda. *Journal of Advertising*, 35(3), 115–141. <https://doi.org/10.2753/JOA0091-3367350308>
- Batra, L. M. S. and R. (2003). *Persuasive Imagery A Consumer Response Perspective*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Bernie, M. (2017). *Riset Nielsen: Iklan yang “Menyusup” di Program TV Makin Banyak*. Tirto.Id. <https://tirto.id/riset-nielsen-iklan-yang-menyusup-di-program-tv-makin-banyak-cAvd>
- Budiawan, A. H. (2016). *Sejarah Perjalanan Mazda di Indonesia*. Medcom. <https://www.medcom.id/otomotif/mobil/xkEvLvrK-sejarah-perjalanan-mazda-di-indonesia>
- d’Astous, A., & Séguin, N. (1999). Consumer reactions to product placement strategies

- in television sponsorship. *European Journal of Marketing*, 33(9/10), 896–910.  
<https://doi.org/10.1108/03090569910285832>
- Dida Argadea, L. R. (2020). *Ternyata Ini Filosofi Dibalik Logo Mazda, Intip Juga Perubahannya dari Masa ke Masa*. Gridoto.  
<https://www.gridoto.com/read/222069001/ternyata-ini-filosofi-dibalik-logo-mazda-intip-juga-perubahannya-dari-masa-ke-masa?page=all> ).
- Fitria, L. (2022). *Tak Hanya di Indonesia, Layangan Putus Trending Nomor 1 di 15 Negara*. Kompas. <https://www.kompas.com/parapuan/read/533089406/tak-hanya-di-indonesia-layangan-putus-trending-nomor-1-di-15-negara>
- Handoyo. (2020). *Televisi disebut masih menjadi media periklanan utama di Indonesia*. Kontan.Co.Id. <https://industri.kontan.co.id/news/televisi-disebut-masih-menjadi-media-periklanan-utama-di-indonesia?page=2>
- Kakkar, A., & Nayak, K. (2019). Analysis of Product Placement in Web Series and its Influence on Consumer Buying Behavior. *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*, 19(3).  
<https://journalofbusiness.org/index.php/GJMBR/article/download/2755/2656/>
- Keller, K. L., Prameswaran, A. M. ., & Jacob, I. (2015). Building, Measuring, and Managing Brand Equity Fourth Edition. In *Pearson India Education Services* (Vol. 5, Issue 6).
- Kosasih, D. T. (2022). *Gunakan Mazda di Layangan Putus, Lebih Keren Kinan Atau Lydia*. Tren Oto Katadata. <https://trenoto.katadata.co.id/mobil/gunakan-mazda-di-layangan-putus-lebih-keren-kinan-atau-lydia-986>
- Kristanto, H., & Karina M.R. Brahmana, R. (2016). Pengaruh Product Placement Pada Film Indonesia Terhadap Brand Awareness Dan Purchase Intention Masyarakat Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 20–26.  
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.10.1.20-26>
- Lehu, J.-M. (2007). Branded Entertainment : Product Placement and Brand Strategy in the Entertainment Business. In *New York*. KOGAN PAGE.
- Lestari, & Petri, S. (2015). Hubungan Komunikasi Pemasaran dan Promosi dengan

- Keputusan Memilih Produk. *Jurnal Interaksi*, 4(2), 139–147.
- Mardiyanto, D., & Giarti, G. (2019). ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01), 60–66. <https://doi.org/10.29040/jie.v3i01.470>
- Maulana, T. (2018). Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Tokopedia Terhadap Minat Beli Dikalangan Siswa Man 1 Majalengka. *Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan*, 1(2).
- Misbach, I. (2013). Pengukuran Dalam Penelitian Sosial: Menghubungkan Konsep Dengan Realitas. *Jurnal Berita Sosial*, 1, 85–90.
- Moriarty, S., Mitchell, N., Wood, C., & Wells, W. (2019). *Advertising & IMC; Principles & Practice*. www.pearson.com
- Mustikasari, R. P. (2018). Pengaruh Terpaan Web Series Tropicana Slim “Sore” pada Behavioral Intention. *Jurnal KOMUNIKATIF*, 7(2), 106–129.
- Prasetyo, F. A. (2021). *Hari Ini dalam Sejarah 30 Januari: Perusahaan Mobil Mazda Didirikan oleh Jujiro Matsuda*. <https://www.tribunnewswiki.com/2021/01/30/hari-ini-dalam-sejarah-30-januari-perusahaan-mobil-mazda-didirikan-oleh-jujiro-matsuda>
- Prastiwi, M. (2022). *Pakar Unair Sebut 3 Alasan Serial Layangan Putus Booming*. Kompas. <https://www.kompas.com/edu/read/2022/01/31/153144171/pakar-unair-sebut-3-alasan-serial-layangan-putus-booming?page=all>
- Purnomo, Z. V. (2015). Product placement: Film, program televisi, video games atau musik? *Jurnal Studi Manajemen*, 9(1), 100–114. <http://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/1417>
- Putri, V. K. M. (2021). *Teori Advertising Exposure, Pengaruh Terpaan Iklan terhadap Konsumen*. Kompas.
- Samsu. (2017). Metode penelitian: teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development. In *Diterbitkan oleh: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA)*.
- Segrave, K. (2004). *Product Placement In Hollywood Films : A History*. Mcfarland &

Company, Inc.

- Shimp, A. T., & Andrews, Craig, J. (2013). Advertising, Promotion and Other aspects of Integrated Marketing Communications. In *Integrated Marketing communications*. Cengage Learning.  
<https://scholarsbank.uoregon.edu/xmlui/bitstream/handle/1794/19082/Thesis-Final-Bulka.pdf?sequence=1>
- Sibarani, W. (2022). *Adu Keren Mobil Mazda Lidya si Pelakor vs Kinan Istri Setia, Siapa Menang?* Sindo News.  
<https://otomotif.sindonews.com/read/652557/120/adu-keren-mobil-mazda-lidya-si-pelakor-vs-kinan-istri-setia-siapa-menang-1641794511>
- Sodik, D. S. S. & M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.)). Literasi Media Publishing.
- Subianti, T., & Hudrasyah, H. (2013). Analysis of movies product placement and its effect towards the audience case study: Ayat-Ayat Cinta, Perahu Kertas, Habibie & Ainun movie. *Journal of Buiness and Management*, 2(2), 163–189.
- Sugiarto, E. (2016). ANALISIS EMOSIONAL, KEBIJAKSANAAN PEMBELIAN DANPERHATIAN SETELAH TRANSAKSI TERHADAP PEMBENTUKAN DISONANSI KOGNITIF KONSUMEN PEMILIK SEPEDA MOTOR HONDA PADA UD. DIKA JAYA MOTOR LAMONGAN. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 1, 34–37.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujianto, A. E. (2009). *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*. PT. Prestasi Pustaka.
- Tampi, E. N. H., & Pamungkas, I. (2018). Analisis Customer Path 5a Pada Sponsor Film Aadc 2 Sebagai Program Entertainment Branding. *ProTVF*, 2(1), 69.  
<https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i1.10630>
- Tellis, T. A. and G. J. (2007). *The SAGE Handbook Of Advertising*. SAGE.
- Widyastuti, S. (2017). Integrated Marketing Communication Management: In *FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PANCASILA*.

[https://doi.org/10.1300/j054v03n02\\_03](https://doi.org/10.1300/j054v03n02_03)

Williams, K., & Petrosky, A. (2011). Product placement effectiveness: revisited and renewed. *Journal of Management & Marketing Research*, 6491(May), 1–24.  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=19413408&AN=59782912&h=yQG4Wqx4Ds4LC437RwQTcl68DeJt+aPkRkdZ+N9tqXsV5PLQ8pKH6Sivt1TQ33ORIBygRFa8cVqmSeFS0OkAnQ==&crl=c>





## LAMPIRAN

### A. Kuesioner Penelitian

PENGARUH TERPAAN *PRODUCT PLACEMENT* MOBIL MAZDA DALAM  
SERIES LAYANGAN PUTUS TERHADAP *BRAND AWARENESS* MOBIL  
MAZDA PADA PENONTON SERIES LAYANGAN PUTUS.

Pertanyaan Seleksi : Apakah Anda Sudah Menonton Series Layangan Putus?

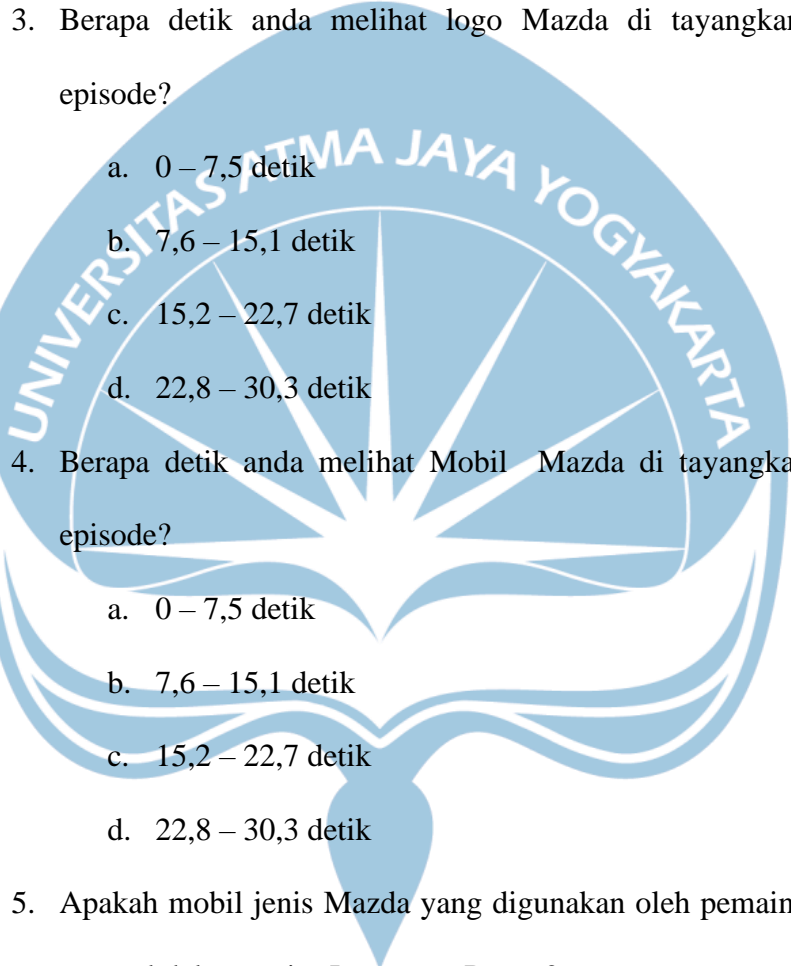
- a. Sudah
- b. Belum (Pertanyaan tidak dilanjutkan, kuesioner selesai)

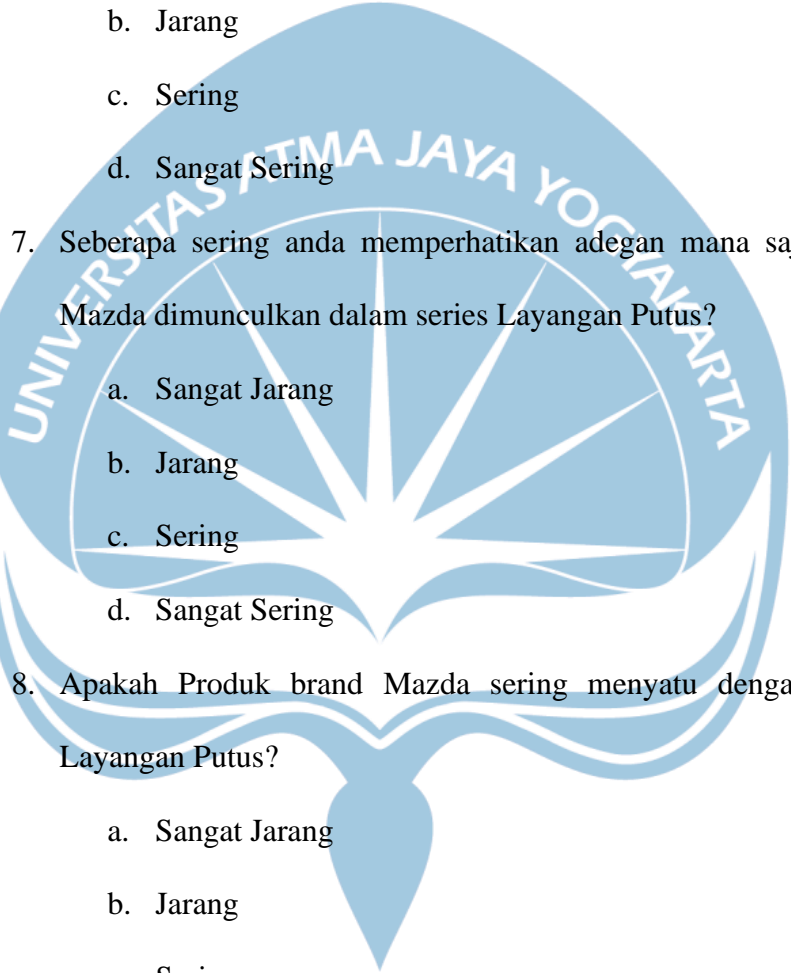
Identitas Diri :

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin :

Terpaan *Product placement*:

1. Berapa kali anda melihat logo Mazda di tayangkan dalam satu episode?
  - a. 1 – 2 kali
  - b. 3 – 4 kali
  - c. 5 – 6 kali
  - d. 7 – 8 kali
2. Berapa kali anda melihat Mobil Mazda di tayangkan dalam satu episode?
  - a. 1 – 2 kali

- 
- b. 3 – 4 kali
- c. 5 – 6 kali
- d. 7 – 8 kali
3. Berapa detik anda melihat logo Mazda di tayangkan dalam satu episode?
- a. 0 – 7,5 detik
- b. 7,6 – 15,1 detik
- c. 15,2 – 22,7 detik
- d. 22,8 – 30,3 detik
4. Berapa detik anda melihat Mobil Mazda di tayangkan dalam satu episode?
- a. 0 – 7,5 detik
- b. 7,6 – 15,1 detik
- c. 15,2 – 22,7 detik
- d. 22,8 – 30,3 detik
5. Apakah mobil jenis Mazda yang digunakan oleh pemain utama sering muncul dalam series Layangan Putus ?
- a. Sangat Jarang
- b. Jarang
- c. Sering
- d. Sangat Sering

- 
6. Seberapa sering anda memperhatikan produk mobil Mazda yang digunakan di Layangan Putus?
- Sangat Jarang
  - Jarang
  - Sering
  - Sangat Sering
7. Seberapa sering anda memperhatikan adegan mana saja saat mobil Mazda dimunculkan dalam series Layangan Putus?
- Sangat Jarang
  - Jarang
  - Sering
  - Sangat Sering
8. Apakah Produk brand Mazda sering menyatu dengan alur cerita Layangan Putus?
- Sangat Jarang
  - Jarang
  - Sering
  - Sangat Sering
9. Apakah Anda sering memperhatikan performa terkait keamanan yang ditampilkan mobil Mazda ketika digunakan dalam adegan Layangan Putus?
- Sangat Jarang

- b. Jarang
- c. Sering
- d. Sangat Sering

10. Apakah Anda sering memperhatikan performa terkait kecepatan yang ditampilkan mobil Mazda ketika digunakan dalam adegan Layangan Putus?

- a. Sangat Jarang
- b. Jarang
- c. Sering
- d. Sangat Sering

*Brand awareness :*

1. Saya mengetahui merek logo mobil dibawah ini



- a. Sangat Tidak Mengetahui
- b. Tidak Mengetahui
- c. Mengetahui
- d. Sangat Mengetahui

2. Saya mengetahui merek mobil yang digunakan oleh pemeran Aris dalam series Layangan Putus

- a. Sangat Tidak Mengetahui
- b. Tidak Mengetahui
- c. Mengetahui
- d. Sangat Mengetahui

3. Saya mengetahui merek mobil yang digunakan oleh pemeran Kinan dalam series Layangan Putus

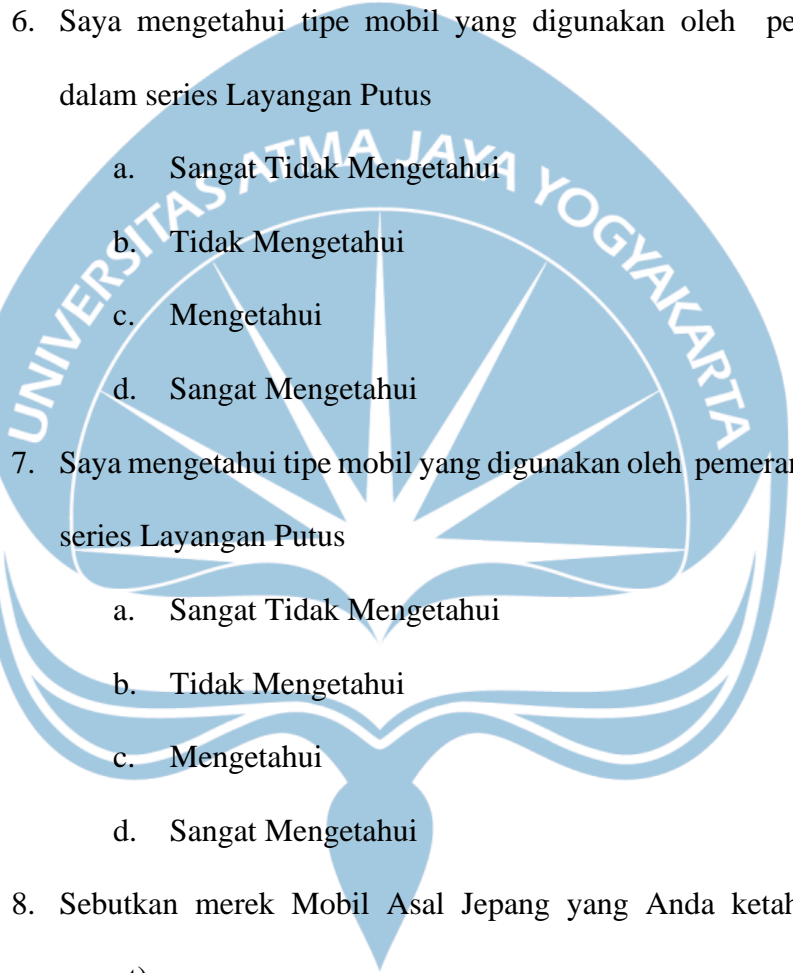
- a. Sangat Tidak Mengetahui
- b. Tidak Mengetahui
- c. Mengetahui
- d. Sangat Mengetahui

4. Saya mengetahui merek mobil yang digunakan oleh pemeran Lydia dalam series Layangan Putus

- a. Sangat Tidak Mengetahui
- b. Tidak Mengetahui
- c. Mengetahui
- d. Sangat Mengetahui

5. Saya mengetahui tipe mobil yang digunakan oleh pemeran Aris dalam series Layangan Putus

- a. Sangat Tidak Mengetahui

- 
- b. Tidak Mengetahui
- c. Mengetahui
- d. Sangat Mengetahui
6. Saya mengetahui tipe mobil yang digunakan oleh pemeran Kinan dalam series Layangan Putus
- a. Sangat Tidak Mengetahui
- b. Tidak Mengetahui
- c. Mengetahui
- d. Sangat Mengetahui
7. Saya mengetahui tipe mobil yang digunakan oleh pemeran Lydia dalam series Layangan Putus
- a. Sangat Tidak Mengetahui
- b. Tidak Mengetahui
- c. Mengetahui
- d. Sangat Mengetahui
8. Sebutkan merek Mobil Asal Jepang yang Anda ketahui! (minimal empat)
- 
9. Sebutkan merek Mobil yang tergolong kategori mobil sedan yang Anda ketahui! (minimal empat)
- 
10. Sebutkan merek Mobil Sport yang anda ketahui! (minimal empat)

---

11. Sebutkan merek Mobil yang tergolong dalam harga 350 juta - 600 juta rupiah yang anda ketahui (minimal empat)

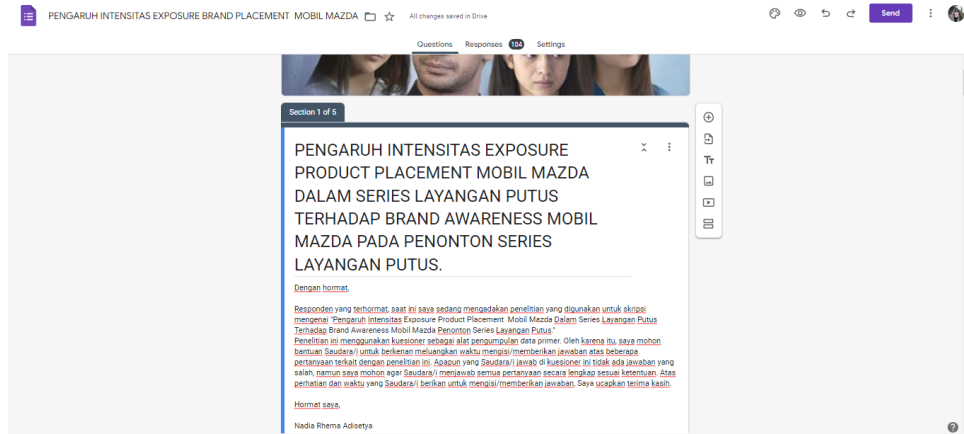
---

B. Tabel R

**Tabel r untuk df = 101 - 150**

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920

### C. Kuesioner Google Form



### D. Hasil Olah data

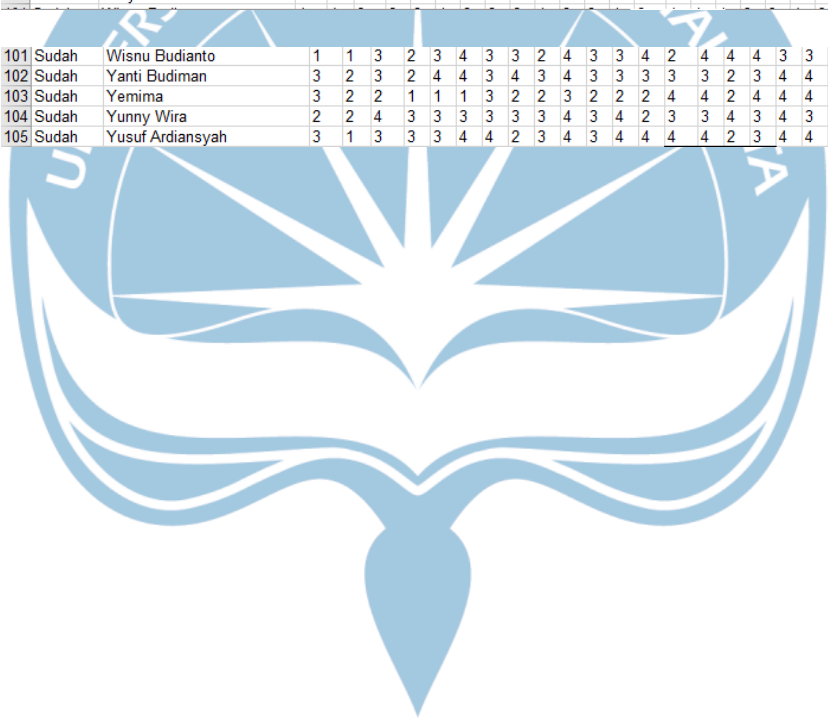
1	Apakah ar Nama	Usia	Jen	XVp	XVI	XVI	XVI	XVI	XVI	XPI	XPI	XPI	XPI	BR	BR	BR	BR	BR	BR	B	F	BR	BR	BR	BR
2	Sudah Adhetya Ryan	1	1	2	2	2	2	3	3	3	4	3	2	3	2	2	2	4	3	3	3	2	2	2	2
3	Sudah Adinda	3	2	4	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4
4	Sudah alvin	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	4	3	3	3	3	3	3	3
5	Sudah Amelia Rijanti	3	2	3	4	3	4	3	3	2	4	3	3	3	4	1	3	4	3	3	4	3	3	3	3
6	Sudah Ana Yanti	2	2	4	3	3	4	4	3	3	4	3	2	3	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3
7	Sudah Andi Andhika	4	1	4	2	3	4	3	3	2	2	4	4	2	1	2	1	3	3	4	4	3	3	3	3
8	Sudah Ando	3	1	4	3	3	4	3	3	4	4	2	3	2	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4
9	Sudah Andry Sahlan	1	1	4	3	3	3	3	4	2	3	3	4	2	1	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
10	Sudah Angel Monica	1	2	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2	4	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3
11	Sudah Aprilia	1	2	1	1	1	1	3	2	2	2	3	2	2	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3
12	Sudah Ayu Dwi Pujianti	3	2	3	4	3	4	3	3	2	2	3	4	2	4	2	4	4	3	3	3	3	4	3	3
13	Sudah Ayu Nuriani	1	2	3	2	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	2	4	3	4	3	3	3	3	4
14	Sudah Belinda Joceline	1	2	1	2	3	2	3	2	2	2	2	2	1	1	1	2	4	3	4	4	3	3	3	3
15	Sudah Catrine	1	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	1	1	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3
16	Sudah Christianto Chandra	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4
17	Sudah Citra Aletheia	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	3	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2
18	Sudah Daru Kurniawan	4	1	3	4	3	4	3	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4
19	Sudah Dea Jovita	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	1	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
20	Sudah Deborah Susana	1	2	3	2	3	4	3	3	2	4	3	3	4	4	1	4	4	3	3	4	3	3	3	3
21	Sudah Dedewi Putri	3	2	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	2	1	4	3	3	3	3	3	3	4	3
22	Sudah Denis Lorentalintuk	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4
23	Sudah Dennis Surya	2	1	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	2	3	3	4	4	4	3	3	3
24	Sudah Desi Juliani	1	2	4	2	2	4	4	3	2	4	2	3	4	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3
25	Sudah Dessy Irawan	3	2	4	2	3	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3



26	Sudah	Dewi Matrilla	4	2	4	2	3	2	4	3	3	4	3	4	2	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3
27	Sudah	Dewi Sulistiyan	4	2	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	3	2	4	4	3	4	4	4	2	2	2
28	Sudah	Dhea Gayatri	1	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	1	2	4	4	4	4	2	2	2	2
29	Sudah	Dhoni Hamzah	2	1	4	2	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	2	2	2
30	Sudah	Edbert Rhema Adisetya	2	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2
31	Sudah	Edwin	2	1	3	1	2	2	3	3	4	3	2	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
32	Sudah	Ela Safitri	2	2	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	3	2	2	4	3	4	3	4	2	2	2
33	Sudah	Elen Nuryani	2	2	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3
34	Sudah	Elena	1	2	1	2	1	2	3	2	3	3	2	2	2	1	1	3	3	3	3	2	2	2	2
35	Sudah	Evan Risky Yohanes	1	1	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4
36	Sudah	Fede Ardian	2	1	4	2	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	2	4	3	4	3	3	3	3	3
37	Sudah	Fionna	1	2	2	3	1	1	3	2	2	2	2	3	2	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4
38	Sudah	Firda	2	2	1	2	1	1	3	2	3	1	2	4	4	4	4	1	3	3	3	3	3	3	2
39	Sudah	Gisel	1	2	1	1	1	1	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	3
40	Sudah	Hansel schaeffer sumaji	2	1	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	4	1	4	3	3	3	3	3	4	3	3
41	Sudah	Indri Apriyatna	2	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	4	4	3	3	3	4	4	4	2
42	Sudah	Imawati Susan	2	2	4	3	4	3	2	4	2	3	3	4	3	2	3	2	3	4	4	3	4	3	3
43	Sudah	jock vin	2	1	3	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	4	4	3	3	3	3	3	3
44	Sudah	Jordianto	1	1	3	3	3	4	4	3	2	3	3	2	3	4	1	2	3	4	2	3	3	3	3
45	Sudah	Joshua hans harianto	2	1	3	3	1	2	3	3	3	3	2	2	3	1	1	1	4	4	2	2	2	2	2
46	Sudah	Juan	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	1	1	1	1	4	3	3	3	3	4	3
47	Sudah	Kei	1	1	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	4	1	4	4	3	3	3	3	3	3
48	Sudah	Kesya	1	2	1	2	1	2	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3
49	Sudah	Kesyha Ariana	4	2	3	4	3	4	4	3	3	4	2	2	2	2	2	2	3	3	4	4	3	4	3
50	Sudah	Kezia Shania Valentina	2	2	2	3	1	2	3	2	2	3	2	2	4	3	4	4	3	3	3	3	2	2	2
51	Sudah	Lene	1	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3
52	Sudah	Mahmud Fadila	3	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	1	4	3	4	3	4	3	4	3
53	Sudah	Marlina Wisetya	1	2	3	3	3	4	4	3	4	3	4	2	4	4	1	3	3	3	3	4	3	3	3
54	Sudah	Muhammad Hardani	4	1	4	2	3	3	3	3	2	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3
55	Sudah	Nabilla Ariani	2	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3
56	Sudah	Nada	1	2	1	2	1	1	2	2	2	3	2	2	1	1	1	1	3	3	3	2	2	3	2
57	Sudah	Niko	1	1	1	2	2	1	2	3	3	3	3	3	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4
58	Sudah	Nolan	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	4	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4
59	Sudah	Nuria	5	2	1	1	1	1	3	2	3	3	3	2	1	4	1	4	3	4	4	4	2	2	2
60	Sudah	Oci	1	2	2	2	1	2	3	3	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
61	Sudah	Okki Putriani	2	2	4	2	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3
62	Sudah	Olif Hanna	2	2	3	2	3	3	3	4	2	4	3	2	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	4
63	Sudah	Olivia	1	2	1	2	1	3	4	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3
64	Sudah	Prasasti Palimirmaning Widi	1	2	2	2	2	1	3	3	3	4	3	2	3	3	2	4	3	3	3	4	2	2	2
65	Sudah	Putri Indah Riana	2	2	3	2	4	4	4	3	2	3	3	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	4	4
66	Sudah	Rafi Giantar	4	1	4	2	2	2	3	4	2	3	3	4	4	4	2	3	3	4	3	4	3	4	3
67	Sudah	Randi Juniadi	4	1	3	3	3	4	4	3	2	4	3	2	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4
68	Sudah	Rani Michelle	2	2	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2
69	Sudah	Rara	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
70	Sudah	Reni Mardiana	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2	3	4	2	3	4	3	4	3
71	Sudah	Reni Octaviana	4	2	4	4	4	3	2	4	4	3	3	4	2	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3
72	Sudah	Reni Wahyuni	4	2	4	2	3	4	3	3	3	4	3	4	4	2	2	2	4	3	3	4	3	3	3
73	Sudah	Resti Ramadhana	2	2	3	3	3	4	4	3	2	4	3	2	2	4	1	4	3	3	3	4	4	4	3
74	Sudah	Rezq Simajaya	2	1	2	2	2	3	3	2	2	3	1	2	1	1	1	1	4	3	3	3	3	3	3
75	Sudah	Ria Riani	4	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3

76	Sudah	Rio	2	1	4	4	4	2	4	3	3	4	3	4	2	4	4	2	3	3	4	4	3	3	4
77	Sudah	Riri Afrianti	3	2	4	3	3	4	4	3	3	4	2	3	2	4	2	3	4	4	4	4	3	3	4
78	Sudah	Riska Sitinurhalimah	1	2	4	2	3	4	3	3	3	4	2	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3
79	Sudah	Rizki kiki	1	1	3	2	3	4	3	3	2	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3
80	Sudah	Rohit Julianto	2	1	3	3	3	4	4	3	2	2	4	3	4	2	4	2	4	4	3	3	3	3	4
81	Sudah	San san	1	1	2	2	1	1	3	2	2	1	2	2	2	4	1	1	4	4	4	3	3	3	3
82	Sudah	Santi Devijanti	3	2	4	3	3	3	4	3	2	4	3	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	4
83	Sudah	Sella Restiani	4	2	4	3	4	2	4	3	3	3	3	3	2	2	4	3	4	3	4	3	4	3	3
84	Sudah	Selvi Viviana	1	2	4	2	3	3	3	4	2	4	4	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3
85	Sudah	Shella Arsita	5	2	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	4	3	2	2
86	Sudah	Siela Sonia Valentina	1	2	2	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3
87	Sudah	Sri Suratmi	2	2	1	1	1	2	3	1	1	2	2	2	2	3	4	4	3	3	3	3	2	2	2
88	Sudah	Steven Milano Halim	1	1	1	2	1	1	3	2	2	3	1	1	1	1	1	4	2	2	2	2	2	2	2
89	Sudah	Surya Tan	3	1	4	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	4	3	4	4	3	4	3
90	Sudah	Susan Sunyata	2	2	4	4	3	3	3	4	2	4	3	4	4	2	4	3	3	4	3	4	3	4	3
91	Sudah	Syavira Adyartha Nusirwan	2	2	3	2	3	4	3	3	3	4	3	2	4	2	4	3	4	4	4	3	3	3	3
92	Sudah	Sylvie Swijaja	1	2	4	2	3	3	3	3	3	4	3	2	2	4	4	2	4	4	3	4	3	3	4
93	Sudah	Tamara Pricilia	2	2	3	2	4	4	3	3	3	4	4	4	3	2	1	2	3	3	3	4	4	3	3
94	Sudah	Tasya Masella	2	2	4	3	3	4	4	3	2	4	4	2	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
95	Sudah	Theodore Aldo Wijaya	1	1	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3
96	Sudah	Theodore Eratus	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	1	1	1	1	1
97	Sudah	Tiara Aulia	4	2	3	2	3	4	3	3	2	4	3	3	3	4	2	4	4	3	3	4	3	3	3
98	Sudah	Trisna	1	2	2	3	3	4	3	4	3	2	3	3	1	1	4	1	4	4	4	3	3	3	3
99	Sudah	Veuster Judekdo Tamba	3	1	2	2	2	2	3	3	3	3	4	2	4	4	1	4	3	3	3	3	3	3	3
100	Sudah	Widya Caroline	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	3	4	3	3	3	3	3

101	Sudah	Wisnu Budianto	1	1	3	2	3	4	3	3	2	4	3	3	4	2	4	4	4	3	3	4	3	3	3
102	Sudah	Yanti Budiman	3	2	3	2	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4
103	Sudah	Yemima	3	2	2	1	1	1	3	2	2	3	2	2	2	4	4	2	4	4	4	4	2	2	2
104	Sudah	Yunny Wira	2	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3
105	Sudah	Yusuf Ardiansyah	3	1	3	3	3	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4	3	3	3	3



E. Validitas Variabel X

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
XVp.1	25.08	27.412	.762	.870
XVP.2	25.47	31.009	.554	.885
XVP.3	25.38	27.363	.823	.865
XVP.4	25.08	27.237	.725	.874
XVP.5	24.79	33.100	.501	.889
XVP.6	25.00	30.699	.721	.876
XPP.1	25.37	33.904	.340	.896
XPP.2	24.67	30.261	.663	.878
XPP.3	25.09	31.167	.627	.881
XPP.4	25.05	30.512	.596	.883

F. Validitas Variabel Y

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BRecog.1	30.35	17.918	.470	.681
BRecog.2	30.25	17.879	.481	.679
BRecog.3	30.48	18.136	.375	.703
BRecog.4	30.33	18.979	.311	.715
BRecog.5	29.66	23.313	.013	.734
BRecog.6	29.69	21.555	.342	.705
BRecog.7	29.77	20.956	.441	.694
BRecall.1	29.62	20.084	.547	.680
BRecall.2	30.05	20.823	.426	.694
Brecall.3	29.96	20.989	.346	.702
BRecall.4	30.04	20.600	.433	.693

## G. Reliabilitas Variabel X

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.891	10

## H. Reliabilitas Variabel Y

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.719	11

## I. Koefisien

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	1.738	.160		10.836	.000
	Terpaan PP	.437	.056	.610	7.766	.000

a. Dependent Variable: Total\_Y

## J. Korelasi

### Correlations

		Terpaan PP	Brand awareness
Terpaan PP	Pearson Correlation	1	.610**
	Sig. (2-tailed)		.000
N		104	104
Brand awareness	Pearson Correlation	.610**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
N		104	104

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

### K. Nilai mean variabel X

		Statistics									
		XVp.1	XVP.2	XVP.3	XVP.4	XVP.5	XVP.6	XPP.1	XPP.2	XPP.3	XPP.4
N	Valid	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		2.81	2.41	2.51	2.81	3.10	2.88	2.52	3.21	2.80	2.84
Median		3.00	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00	2.00	3.00	3.00	3.00
Mode		3	2	3	4	3	3	2	4	3	3
Std. Deviation		1.053	.843	.995	1.115	.600	.715	.653	.821	.742	.860

### L. Nilai Mean variabel Y

		Statistics											
		BRecog.1	BRecog.2	BRecog.3	BRecog.4	BRecog.5	BRecog.6	BRecog.7	BRecall.1	BRecall.2	Brecall.3	BRecall.4	
N	Valid	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Mean		3.36	3.33	3.25	3.40	2.97	3.06	2.98	2.54	2.69	2.38	2.55	
Median		3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	2.50	3.00	2.00	2.00	
Mode		3	3	3	4	3	3	3	2 <sup>a</sup>	4	1	4	
Std. Deviation		.538	.565	.587	.646	.630	.694	.668	1.123	1.124	1.209	1.190	

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

### M. Model Summary

Model	Model Summary							
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics		Sig. F Change
						F Change	Sig. F Change	
1	.610 <sup>a</sup>	.372	.365	.34664	.372	60.314	.000	

a. Predictors: (Constant), Total\_X

### N. Hasil olah data excel

Mobil Jepang	Persenta	Jumlah	Mobil Sedan			Mobil Sport			Mobil harga 350-600		
Honda	15%	66	Honda	18%	76	Lamborghini	8%	32	Toyota	11%	45
Toyota	12%	48	Toyota	16%	66	Mazda	18%	73	Honda	15%	60
Suzuki	11%	45	Mazda	20%	85	Toyota	9%	38	Mazda	20%	83
Mazda	21%	86	BMW	12%	51	BMW	15%	60	Suzuki	8%	31
Daihatsu	3%	37	Lexus	1%	5	Honda	1%	4	Volkswagen	6%	23
Lexus	7%	29	Suzuki	1%	6	Ferrari	7%	28	Hyundai	2%	8
Nissan	8%	32	Mercedes	3%	38	Mercedes	6%	24	Daihatsu	7%	29
Acura	6%	24	Hyundai	10%	44	Chevrolet	4%	17	Mercedes	1%	5
Subaru	4%	16	Civic	2%	8	Porsche	5%	19	Nissan	6%	24
Mitsubishi	4%	16	Lexus	1%	5	Nissan	4%	15	Renault	3%	14
Merek lain < 3	2%	13	Audi	1%	4	McLaren	4%	17	Isuzu	1%	6
	100%		Mitsubishi	3%	11	Bugatti	6%	24	BMW	1%	6
			merek lain penyebutan < 3	6%	22	Audi	1%	5	Fortuner	2%	9
				100%		Tesla	4%	15	Pajero	2%	8
						Ford	4%	15	HRV	1%	5
						Merck lain	4%	19	Mitsubishi	8%	31
							100%		Merck lain < 3 peny	6%	26