

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas iklan YouTube Pantene Indonesia #Rambutkecharged versi Keanu Angelo pada *followers* akun Instagram @panteneid. Efektivitas diukur dengan menggunakan metode perhitungan *customer response index* (CRI), dengan penerapan konsep AISAS yakni *attention, interest, search, action, share*.

Melalui penelitian ini, Peneliti melihat efektivitas iklan YouTube Pantene Indonesia #Rambutkecharged versi Keanu Angelo melalui respon konsumen yang diberikan. Setelah mengumpulkan, mengkategorikan, dan menghitung data dengan *customer response index*, Peneliti menemukan fakta bahwa iklan tersebut berpotensi lebih besar untuk menjangkau audiens perempuan dengan usia 21 tahun untuk merespon lebih baik dibandingkan dengan audiens laki-laki dibuktikan dengan lebih banyak perempuan yang melewati tahapan AISAS secara keseluruhan.

Selain itu, didapatkan empat model hasil perhitungan, yaitu CRI AISAS (3,5%), CRI AISS (7,8%), CRI AIAS (9,7%), dan CRI AIS (21,4%). Dari keempat nilai CRI yang didapatkan, belum terdapat nilai yang mampu dikategorikan sebagai iklan yang efektif sebab tidak ada hasil CRI yang lebih besar daripada nilai hitung indikator-indikator lainnya.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa respon konsumen terhadap iklan YouTube Pantene Indonesia #Rambutkecharged versi Keanu Angelo rendah yang disebabkan oleh beberapa faktor yang dapat digolongkan dalam *low intention* atau minat konsumen terhadap pembelian produk rendah. Hal ini dapat disebabkan oleh kesalahan pemasar dalam melakukan *positioning*. Namun, melalui data, iklan ini berhasil membagikan informasi, mengenalkan, dan menanamkan pemahaman terkait produk yang diiklankan kepada audiens/konsumen. Selain itu, iklan ini juga berhasil menarik perhatian konsumen terhadap iklan dan juga produk yang diiklankan. Hal tersebut dilihat dari tingginya respon konsumen pada tahapan *attention* yakni sebesar 94,3% dan *interest* sebesar 67,7%.

Maka dari itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa iklan YouTube Pantene Indonesia #Rambutkecharged versi Keanu Angelo efektif dalam melakukan komunikasi pemasarannya apabila bertujuan untuk mengenalkan dan memberikan informasi mengenai produk. Namun, apabila berdasarkan konsep AISAS dan perhitungan CRI, respon konsumen terhadap iklan tersebut pada tahapan AISAS masih rendah, sehingga dapat dikatakan bahwa iklan tersebut memiliki efektivitas yang rendah.

## **B. Saran**

### **1. Saran Akademis**

- a) Penelitian ini mengukur efektivitas secara luas dan umum pada kelima indikator AISAS. Namun, Peneliti merasa perlu adanya penelitian yang

fokus pada satu indikator saja sehingga pembahasan dapat lebih fokus dan terarah. Maka, adapun saran bagi penelitian yang bertujuan untuk mengetahui efektivitas sebuah iklan, sebaiknya mengerucutkan arah penelitian pada satu tujuan komunikasi agar pembahasan dapat lebih spesifik.

- b) Peneliti merasa masih terdapat kelemahan dalam sinkronisasi pada bagian penurunan konsep hingga tahap operasional yakni kuesioner karena fokus penelitian adalah pada iklan namun pertanyaan kuesioner menggunakan unsur pesan iklan. Sehingga, bagi penelitian serupa selanjutnya perlu memastikan sinkronisasi fokus penelitian sampai pada definisi operasional, termasuk pada penyusunan kuesioner.
- c) Bagi penelitian serupa yang bertujuan untuk mengetahui efektivitas sebuah iklan, sebaiknya melakukan pengukuran dengan lebih dari satu perhitungan, tidak hanya menggunakan *customer response index* (CRI) dengan konsep AISAS saja, sehingga terdapat pembanding untuk melakukan analisis efektivitas iklan tersebut misalnya dengan menggunakan metode DRM atau sejenisnya.

## **2. Saran Praktis**

Adapun saran yang Peneliti tujukan bagi objek penelitian ini yaitu Pantene Indonesia. Bagi Pantene Indonesia, untuk membuat iklan selanjutnya agar dapat difokuskan pada *product positioning*, seperti menampilkan sisi benefit dan keunggulan dari produk agar dapat

menggugah *interest* konsumen dan memancing tindakan untuk menggunakan produk Pantene Indonesia. Hal ini dikarenakan dari hasil analisis data, walaupun iklan YouTube Pantene Indonesia #Rambutkecharged versi Keanu Angelo dapat menarik perhatian audiens, namun sebagian besar responden masih memilih menggunakan produk lain. Dengan begitu, diharapkan dapat menunjang respon konsumen pada indikator lainnya juga meningkat karena masing-masing indikator saling mempengaruhi satu dengan lainnya, sehingga apabila satu indikator meningkat, mempengaruhi respon secara keseluruhan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, A, R. & Abidin, M. (2021). Urgensi komunikasi model stimulus organism response (S-O-R) dalam meningkatkan kualitas pembelajaran. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 6(2): 74 – 90.
- American Marketing Association. (n.d.). Definitions of marketing. Diakses melalui <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- Andrews, J. C. & Shimp, T. A. (2017). *Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications* (10<sup>th</sup> ed). USA: Cengage Learning.
- Anjani, A. O. (2022). *Keanu Agl jadi bintang iklan pantene, gebrakan gokil di dunia periklanan*. Diakses melalui <https://mojok.co/terminal/keanu-agl-jadi-bintang-iklan-pantene-gebrakan-gokil-di-dunia-periklanan/>
- Azmil, F. (2013, Sept 2). Sejarah singkat YouTube, situs video sharing terbesar. *Merdeka.com*. Diakses dari <https://www.merdeka.com/teknologi/sejarah-singkat-youtube-situs-video-sharing-terbesar-tekstory.html>
- Baharuddin, I. (2022, Jan 21). 10 Potret lawas Keanu, selebgram yang dijuluki punya “rambut capek”. *Idntimes.com*. Diakses melalui <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/istyanah-b/selebgram-keanu-clc2?page=all>
- Best, R. (2014). Pearson new international edition: Market – based management (6<sup>th</sup> ed.). United States: Pearson
- Daryodi, P. K., & Hanifa, F. H. (2019). Efektivitas Iklan Indihome melalui Instagram dengan Menggunakan Metode Customer Response Index (Studi Pada Masyarakat Kota Bandung 2019). *e-Proceeding of Applied Science*, 5(2): 590-594.
- Devina, P. (2022, Jul 20). Alasan kenapa YouTube menjadi media sosial yang banyak disukai? Ternyata ini sebabnya. *Beritajatim.com*. Diakses melalui <https://beritajatim.com/ragam/alasan-kenapa-youtube-menjadi-media-sosial-yang-banyak-disukai-ternyata-ini-sebabnya/>
- Dianawanti, V. (2022, Feb 10). Keberhasilan Keanu edukasi masyarakat pentingnya punya rambut ke-charged. *Fimela.com*. Diakses melalui <https://www.fimela.com/amp/4883571/keberhasilan-keanu-edukasi-masyarakat-pentingnya-punya-rambut-ke-charged>

- Durianto, D., Sugiarto, W., & Supraktino. (2003). *Invasi pasar dengan iklan yang efektif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Eduard, P. (2019, Sept 25). 7 Alasan banyak orang pilih YouTube daripada TV, kamu salah satunya?. *Idntimes.com*. Diakses dari <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/peter-eduard/7-alasan-banyak-orang-pilih-youtube-daripada-tv-kamu-salah-satunya-c1c2?page=all>
- Endarwati, O. (2022, Feb 19). Biodata dan kekayaan Keanu Angelo, selebgram lucu favorit netizen. *Celebrities.id*. Diakses dari <https://www.celebrities.id/read/biodata-dan-kekayaan-keanu-B9S2j1#:~:text=Keanu%20Angelo%20atau%20Keanu%20Agl,berat%20aktor%20Hollywood%20Keanu%20Reeves>.
- Evelyne, V. S., Goenawan, F., & Monica, V. (2018). Efektivitas iklan televisi Pantene versi AntiLepek pada Perempuan di Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 6(2): 1 – 11.
- Fitriani, D. (2021). *Sedang tren rambut capek, ini 5 cara mudah mengatasi masalah ini*. Diakses melalui <https://www.parapuan.co/read/533024897/sedang-tren-rambut-capek-ini-5-cara-mudah-mengatasi-masalah-ini?page=all>
- Gityandraputra, D. (2020). Pentingnya kreativitas dalam menyajikan iklan untuk audiens. Diakses melalui <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/pentingnya-kreativitas-dalam-menyajikan-iklan-untuk-audiens#:~:text=Kreativitas%20di%20dalam%20sebuah%20iklan,diingat%20dan%20disebarluaskan%20oleh%20audiens>.
- Hidayatullah, S. (2020). *Memahami Jenis - Jenis Media Sosial*. Dikutip dari <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/memahami-jenis-jenis-media-sosial>
- Keanuagl. (2022). Harus jawab apaaaa?!. [Instagram]. Diakses melalui <https://www.instagram.com/p/CX3xBCZPGAJ/>
- Kinasih, D. (2017, Apr 14). Validitas dan reliabilitas: Cara mudah analisis secara manual, microsoft excel dan SPSS. Diakses melalui <https://karyailmiah.unipasby.ac.id/2017/04/14/validitas-dan-reliabilitas-cara-mudah-analisis-secara-manual-microsoft-exel-dan-spss/#:~:text=Suatu%20skala%20atau%20instrumen%20pengukur,dengan%20maksud%20dilakukannya%20pengukuran%20tersebut>.

- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15<sup>th</sup> ed). India: Pearson India Education Services.
- Kriyantono, R. (2006). Teknik praktis riset komunikasi: Disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran. Jakarta: Kencana.
- Kurniawan, A. W. & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode penelitian kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Kurniawan, D. (2018). Komunikasi model Laswell dan stimulus-organism-response dalam mewujudkan pembelajaran menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 12(1): 60 – 68.
- Luthfi. (2020, Sept 16). Dalam peringatan ulang tahun ke-30, Pantene ajak semua perempuan Indonesia jadi duta shampoo Pantene. *Hipwee.com*. Diakses dari <https://www.hipwee.com/feature/duta-shampo-pantene/>
- Melinda, S. (2017). Efektivitas *billboard* dan *signboard* sebagai media promosi Suroboyo Carnival Park. *Jurnal e-komunikasi*, 5(1): 1 – 12.
- Mudiantono, I. A. N. (2016). Analisis pengaruh kepuasan dan brand trust terhadap minat beli ulang Pantene: Studi pada ‘Young Female’ Semarang. *Diponegoro Journal of Management*. Diakses melalui <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/14228/13760>
- Nurdiana, A. (2022, Mar 14). Data Nielsen: Belanja iklan capai Rp 259 triliun pada 2021. *Kompas.com*. Diakses melalui <https://money.kompas.com/read/2022/03/14/180000326/data-nielsen--belanja-iklan-capai-rp-259-triliun-pada-2021?page=all>
- Pahlevi, R. (2022, Jun 10). *APJII: Penetrasi internet indonesia capai 77,02% pada 2022*. Diakses melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/10/apjii-penetrasi-internet-indonesia-capai-7702-pada-2022>
- Pantene Indonesia. (2018). *We are more than excited to welcome Maudy Ayunda as our New Pantene Brand Ambassador*. [Facebook]. Diakses melalui <https://www.facebook.com/panteneindonesia/photos/we-are-more-than-excited-to-welcome-maudy-ayunda-as-our-new-pantene-brand-ambass/10155043473626750/>



- Pantene Indonesia. (2021). *Baru! Pantene miracles supplement daily untuk rambut kuat ke-charged*. [Youtube]. Diakses melalui [https://www.youtube.com/watch?v=omVkkq0\\_Kra4](https://www.youtube.com/watch?v=omVkkq0_Kra4)
- Pantene Indonesia. (2022). *Miracles hair supplement baru! – Bye #rambutcapek Hello #rambutkecharged*. [Youtube]. Diakses melalui [https://www.youtube.com/watch?v=JrOAe3GV\\_js](https://www.youtube.com/watch?v=JrOAe3GV_js)
- Pantene Indonesia. (2022). *Sejarah Pantene*. Diakses melalui <https://www.pantene.co.id/id-id/masalah-rambut-solusinya/sejarah-pantene>
- Pantene Logo. (2023, Jan 9). Diakses melalui <https://logos-world.net/pantene-logo/>
- Pantene. (n.d.). *Janji pantene: Rambut kuat itu indah*. Diakses melalui <https://www.pantene.co.id/id-id/promise>
- Pantene. (n.d.). *Produk Toko*. Diakses dari <https://www.pantene.co.id/id-id/produk-toko>
- Panteneid. (2021, Okt 18). *Skincare from A to Z, giliran haircare cuma shampoo aja? Mana cukup!* [Foto]. Instagram. Diakses dari <https://www.instagram.com/p/CVKSqQPF5y/>
- Panteneid. (2022, Jul 07). *Baru!* [Foto]. Instagram. Diakses dari <https://www.instagram.com/p/CftQryYJJoq/>
- Permatasari, A. & Budhi, A. (2023, Jan 29). *Sukses jadi selebgram, Keanu Angelo terjun ke dunia bisnis*. *Viva.co.id*. Diakses melalui <https://www.viva.co.id/showbiz/gosip/1569788-sukses-jadi-selebgram-keanu-angelo-terjun-ke-dunia-bisnis>
- Poarch, C. (2022, Jan 29). *Why Youtube is a great platform for marketing*. *Goodmenproject.com*. Diakses melalui <https://goodmenproject.com/business-ethics-2/why-youtube-is-a-great-platform-for-marketing/>
- Populix. (2022). *Social media habit and internet safety*. Diakses melalui <https://info.populix.co/en/report/social-media-habit-and-internet-safety/>
- Puspitarini, D. S. & Nuraeni, R. (2019). *Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi*. *Jurnal Common*, 3(1): 71-80. Diakses melalui <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950/1307>



- Quesenberry, K. A. (2019). *Social media strategy: Marketing, advertising, and public relations in the consumer revolution* (2<sup>nd</sup> ed). United Kingdom: Rowman & Littlefield.
- Rezkisari, I. (2015, Okt 07). Iklim tropis merugikan mahkota wanita. *Republika.co.id*. Diakses melalui <https://www.republika.co.id/berita/nvunki328/iklim-tropis-merugikan-mahkota-wanita>
- Salmaa. (2022). Definisi operasional: Pengertian, ciri-ciri, contoh, dan cara menyusunnya. Diakses melalui <https://penerbitdepublish.com/definisi-operasional/>
- Sari, H. P. (2022, Aug 11). Nielsen: Belanja iklan naik 7 persen di semester I-2022, TV masih mendominasi. *Kompas.com*. Diakses melalui <https://money.kompas.com/read/2022/08/11/164000626/nielsen--belanja-iklan-naik-7-persen-di-semester-i-2022-tv-masih-mendominasi?page=all>
- Sari, S. P. (2022, Jul 29). Pengguna media sosial di Indonesia tembus 191,4 juta orang, ini profesi yang dibutuhkan. *Inews.id*. Diakses melalui <https://www.inews.id/techno/internet/pengguna-media-sosial-di-indonesia-tembus-1914-juta-orang-ini-profesi-yang-dibutuhkan#:~:text=JAKARTA%2C%20iNews.id%20%2D%20Penelitian,di%20Indonesia%20per%20Februari%202022>.
- Sastika, W., Wulandari, A., & Hanifa, F. H. (2019). Customer response index (CRI): Pengukuran efektivitas iklan smartphone vivo v7+ Agnes Monica. *Jurnal Ikraith-Humaniora*, 3(2): 122 – 127.
- Setiawan, E. C. (2022). Efektivitas Instagram ads berdasarkan perhitungan customer response index dengan konsep AISAS. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Shahnaz, K. (2022, Jun 12). *YouTube paling banyak diakses di Indonesia, ini penjelasan populix*. Diakses melalui <https://teknologi.bisnis.com/read/20220612/84/1542626/youtube-paling-banyak-diakses-di-indonesia-ini-penjelasan-populix>
- Soetikno, R. (2013). Efektivitas pesan iklan Telkomsel “Kartu AS wow gratis 100x lipat” terhadap customer Telkomsel di Surabaya. *Jurnal e-Komunikasi*, 1(3): 167 – 176.
- Soraya, P. P. (2021). *Iklan YouTube ads penjelasan dan panduan lengkap*. Diakses melalui <https://dotnextdigital.com/iklan-youtube-ads/>

- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the Worlds Most Innovative Advertising Agency*. United States: McGraw Hill
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Supardi. (2005). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Sutama. (2016). *Metode penelitian pendidikan: Kuantitatif, kualitatif, PTK, R & D*. Surakarta: Fairuz Media.
- Widyastuti, S. (2017). *Manajemen komunikasi pemasaran terpadu: Solusi menembus hati pelanggan*. Jakarta Selatan: FEB-UP Press.
- YouTube Advertising. (n.d.). *Cara beriklan di YouTube*. Diakses melalui [https://www.youtube.com/intl/ALL\\_id/ads/how-it-works/](https://www.youtube.com/intl/ALL_id/ads/how-it-works/)
- Yusuf, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Jurnal Ilmu Kependidikan*, 7(1): 17-23.

## LAMPIRAN

### A. Kuesioner

Tabel terlampir merupakan rancangan pertanyaan kuesioner. Kuesioner dibuat menggunakan *google form* agar mempermudah Peneliti dalam pengumpulan data.

Halo semuanya,

Perkenalkan, saya Devi Puspita, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Google Form ini digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data dari jawaban teman-teman terkait efektivitas iklan YouTube Pantene Indonesia versi Keanu Angelo.

Maka dari itu, saya ingin meminta bantuan dan kesediaan teman-teman untuk mengisi dengan sejujur-jujurnya karena jawaban dari teman-teman sangat berarti dan membantu saya dalam menyelesaikan tugas akhir perkuliahan saya ini.

Terima Kasih!

No.	Pertanyaan & Jawaban
-----	----------------------

1.	Usia: ...
----	-----------

2.	Jenis Kelamin: ....
----	---------------------

ATTENTION

**Iklan YouTube Pantene Indonesia #Rambutkecharged versi Keanu Agl**

Berikut merupakan iklan yang saya maksud,

[https://www.youtube.com/watch?v=JrOAe3GV\\_js](https://www.youtube.com/watch?v=JrOAe3GV_js)

- |    |  |
|----|--|
| 3. | <p>Apakah Anda menonton pesan iklan Pantene Indonesia #Rambutkecharged versi Keanu Angelo pada YouTube?</p> <ol style="list-style-type: none"><li>Ya</li><li>Tidak, karena iklan tidak muncul / terlihat</li><li>Tidak, karena iklannya tidak jelas</li><li>Tidak, karena alasan lainnya</li></ol>               |
| 4. | <p>Apakah Anda memahami pesan iklan Pantene Indonesia #Rambutkecharged versi Keanu Angelo tersebut?</p> <ol style="list-style-type: none"><li>Ya</li><li>Tidak, karena kurang relevan</li><li>Tidak, karena pesan iklan tidak jelas</li><li>Tidak, karena alasan lainnya</li></ol>                               |
| 5. | <p>Apakah Anda mengenali pesan pembuka ini, “Nape? Mau skip? Yaude sono!” sebagai pesan pembuka dari iklan Pantene Indonesia #Rambutkecharged versi Keanu Angelo?</p> <ol style="list-style-type: none"><li>Ya</li><li>Tidak, karena suara dari iklan tidak jelas</li><li>Tidak, karena alasan lainnya</li></ol> |

INTEREST

- |    |  |
|----|--|
| 6. | <p>Apakah Anda tertarik untuk menonton iklan Pantene Indonesia #Rambutkecharged versi Keanu Angelo sampai habis?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Ya</li><li>b. Tidak, karena iklannya membosankan</li><li>c. Tidak, karena iklannya tidak menarik</li><li>d. Tidak, karena alasan lainnya</li></ul>   |
| 7. | <p>Apakah Anda tertarik untuk menonton iklan Pantene Indonesia #Rambutkecharged versi Keanu Angelo lebih dari satu kali?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Ya</li><li>b. Tidak, karena iklannya membosankan</li><li>c. Tidak, karena iklannya tidak menarik</li><li>d. Tidak, karena alasan lainnya</li></ul>   |
| 8. | <p>Apakah iklan Pantene Indonesia #Rambutkecharged versi Keanu Angelo tersebut membuat Anda tertarik pada produk yang ditawarkan dalam iklan tersebut ?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Ya</li><li>b. Tidak, karena produk yang ditawarkan tidak dibutuhkan</li><li>c. Tidak, karena produk yang ditawarkan tidak menarik</li><li>d. Tidak, karena alasan lainnya</li></ul> |

SEARCH	
9.	<p>Apakah Anda mencari informasi (<i>searching</i>) berkaitan dengan produk yang diiklankan dari Internet?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Ya</li><li>b. Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut</li><li>c. Tidak, karena penjelasannya sudah jelas</li><li>d. Tidak, karena alasan lainnya</li></ul>
10.	<p>Apakah Anda mencari informasi berkaitan dengan produk yang diiklankan dari kerabat Anda?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Ya</li><li>b. Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut</li><li>c. Tidak, karena penjelasannya sudah jelas</li><li>d. Tidak, karena alasan lainnya</li></ul>
11.	<p>Apakah Anda mencari informasi berkaitan dengan produk yang diiklankan dari media lain?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Ya</li><li>b. Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut</li><li>c. Tidak, karena penjelasannya sudah jelas</li><li>d. Tidak, karena alasan lainnya</li></ul>

ACTION

- |     |  |
|-----|--|
| 12. | <p>Apakah Anda memberikan 'likes' atau tanda suka pada postingan iklan Pantene Indonesia #Rambutkecharged versi Keanu Angelo?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Ya</li><li>b. Tidak, karena tidak suka dengan postingan iklan tersebut</li><li>c. Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'</li><li>d. Tidak, karena alasan lainnya</li></ul> |
| 13. | <p>Apakah Anda memberikan komentar pada postingan iklan Pantene Indonesia #Rambutkecharged versi Keanu Angelo?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Ya</li><li>b. Tidak, karena tidak suka memberikan komentar</li><li>c. Tidak, karena tidak ada tanggapan terkait iklan tersebut</li><li>d. Tidak, karena alasan lainnya</li></ul>               |
| 14. | <p>Apakah Anda berminat untuk melakukan pembelian produk yang diiklankan pada iklan #rambutkecharged versi Keanu Angelo?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Ya</li><li>b. Tidak, karena produk sulit ditemukan</li><li>c. Tidak, karena sudah menggunakan produk lain</li><li>d. Tidak, karena alasan lainnya</li></ul>                          |



SHARE

- |     |  |
|-----|--|
| 15. | <p>Apakah Anda membagikan informasi terkait iklan #rambutkecharged versi Keanu Angelo kepada orang lain ?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Ya</li><li>b. Tidak, karena tidak tahu mau berbagi (sharing) ke siapa</li><li>c. Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi</li><li>d. Tidak, karena alasan lainnya</li></ul>   |
| 16. | <p>Apakah Anda membagikan informasi terkait produk dalam iklan #rambutkecharged versi Keanu Angelo kepada orang lain ?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Ya</li><li>b. Tidak, karena memiliki pengalaman yang kurang menyenangkan selama menggunakan produk</li><li>c. Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi</li><li>d. Tidak, karena alasan lainnya</li></ul> |

**B. Hasil Uji Validitas SPSS**

**Correlations**

		X1_Attention	X2_Attention	X3_Attention	X4_Interest	X5_Interest	X6_Interest	X7_Search	X8_Search	X9_Search	X10_Action	X11_Action	X12_Action	X13_Share	X14_Share	TOTAL_X
X1_Attention	Pearson Correlation	1	.802**	1.000**	.169	.286	.189	.147	.161	.161	.189	.071	.203	.134	.105	.461*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.373	.126	.317	.437	.395	.395	.317	.708	.281	.481	.581	.010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_Attention	Pearson Correlation	.802**	1	.802**	.342	.356	.236	.184	.201	.201	.236	.089	.254	.167	.131	.525**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.065	.053	.210	.331	.287	.287	.210	.640	.176	.379	.491	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3_Attention	Pearson Correlation	1.000**	.802**	1	.169	.286	.189	.147	.161	.161	.189	.071	.203	.134	.105	.461*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.373	.126	.317	.437	.395	.395	.317	.708	.281	.481	.581	.010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4_Interest	Pearson Correlation	.169	.342	.169	1	.590**	.223	.304	.333	.333	.223	.147	.093	.276	.216	.539**
	Sig. (2-tailed)	.373	.065	.373		.001	.236	.102	.072	.072	.236	.437	.626	.140	.251	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X5_Interest	Pearson Correlation	.286	.356	.286	.590**	1	.378*	.358	.262	.262	.378*	.250	.296	.301	.367*	.654**
	Sig. (2-tailed)	.126	.053	.126	.001		.039	.052	.162	.162	.039	.183	.113	.106	.046	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X6_Interest	Pearson Correlation	.189	.236	.189	.223	.378*	1	.613**	.373*	.373*	.400*	.378*	.636**	.354	.555**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.317	.210	.317	.236	.039		.000	.042	.042	.029	.039	.000	.055	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X7_Search	Pearson Correlation	.147	.184	.147	.304	.358	.613**	1	.380*	.202	.279	.169	.398*	.315	.479**	.616**
	Sig. (2-tailed)	.437	.331	.437	.102	.052	.000		.038	.284	.136	.373	.029	.090	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X8_Search	Pearson Correlation	.161	.201	.161	.333	.262	.373*	.380*	1	.489**	.213	.443*	.167	.264	.429*	.583**
	Sig. (2-tailed)	.395	.287	.395	.072	.162	.042	.038		.006	.258	.014	.378	.159	.018	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X9_Search	Pearson Correlation	.161	.201	.161	.333	.262	.373*	.202	.489**	1	.373*	.443*	.167	.452*	.650**	.628**
	Sig. (2-tailed)	.395	.287	.395	.072	.162	.042	.284	.006		.042	.014	.378	.012	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X10_Action	Pearson Correlation	.189	.236	.189	.223	.378*	.400*	.279	.213	.373*	1	.378*	.196	.530**	.555**	.620**
	Sig. (2-tailed)	.317	.210	.317	.236	.039	.029	.136	.258	.042		.039	.300	.003	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X11_Action	Pearson Correlation	.071	.089	.071	.147	.250	.378*	.169	.443*	.443*	.378*	1	.351	.535**	.681**	.578**
	Sig. (2-tailed)	.708	.640	.708	.437	.183	.039	.373	.014	.014	.039		.057	.002	.000	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X12_Action	Pearson Correlation	.203	.254	.203	.093	.296	.636**	.398*	.167	.167	.196	.351	1	.484**	.515**	.601**

	Sig. (2-tailed)	.281	.176	.281	.626	.113	.000	.029	.378	.378	.300	.057	.007	.004	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X13_Share	Pearson Correlation	.134	.167	.134	.276	.301	.354	.315	.264	.452*	.530**	.535**	.484**	1	.784**	.682**
	Sig. (2-tailed)	.481	.379	.481	.140	.106	.055	.090	.159	.012	.003	.002	.007		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X14_Share	Pearson Correlation	.105	.131	.105	.216	.367*	.555**	.479**	.429*	.650**	.555**	.681**	.515**	.784**	1	.789**
	Sig. (2-tailed)	.581	.491	.581	.251	.046	.001	.007	.018	.000	.001	.000	.004	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_X	Pearson Correlation	.461*	.525**	.461*	.539**	.654**	.726**	.616**	.583**	.628**	.620**	.578**	.601**	.682**	.789**	1
	Sig. (2-tailed)	.010	.003	.010	.002	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.001	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### C. Hasil Uji Reliabilitas SPSS

#### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.863	14

### D. Jawaban Responden

Timestamp	Usia	Jenis Kelamin	ATTENTION			INTEREST			SEARCH			ACTION			SHARE	
			X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14
1/6/2023 18:06:05	22	Laki-laki	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena tidak ada tanggapan apa-apa terkait iklan tersebut	Ya	Ya	Ya
1/7/2023 20:12:02	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena produk yang ditawarkan tidak dibutuhkan	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena mau berbagi (sharing) ke siapa	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi
1/9/2023 11:07:21	22	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena iklannya jarang muncul	Ya	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Ya	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi
1/9/2023 19:42:04	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena sudah pernah menggunakan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya

										produk tersebut							
1/10/2023 16:16:11	22	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	
1/11/2023 14:58:04	21	Perempuan	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Ya	Tidak, karena iklannya tidak menarik	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	
1/11/2023 15:18:31	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena produk yang ditawarkan tidak dibutuhkan	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena alasan lainnya	Ya	Ya	Tidak, karena tidak ada tanggapan apa-apa terkait iklan tersebut	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	
1/11/2023 19:22:15	21	Laki-laki	Tidak, karena iklan tidak muncul / terlihat	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Ya	Tidak, karena iklannya jarang muncul	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	
1/11/2023 19:27:43	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tahu mau berbagi (sharing) ke siapa	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	
1/11/2023 19:28:05	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Ya	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Ya	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	
1/11/2023 19:34:43	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena iklannya jarang muncul	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	Tidak, karena alasan lainnya	
1/11/2023 19:35:53	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena produk yang ditawarkan tidak dibutuhkan	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	
1/11/2023 21:17:53	22	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Ya	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	
1/11/2023 22:37:34	22	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena iklannya jarang muncul	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak ada tanggapan apa-apa terkait iklan tersebut	Ya	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi
1/12/2023 8:41:24	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	
1/12/2023 16:10:41	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena sudah pernah menggunakan	Ya	Ya	Tidak, karena tidak suka memberikan	Ya	Ya	Ya	

										produk tersebut			komentar			
1/12/2023 19:44:42	21	Laki-laki	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena produk yang ditawarkan tidak dibutuhkan	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena tidak suka dengan postingan iklan tersebut	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Ya	Tidak, karena tidak tahu mau berbagi (sharing) ke siapa	Tidak, karena memiliki pengalaman yang kurang menyenangkan selama menggunakan produk
1/12/2023 22:35:50	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi
1/13/2023 12:03:38	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena produk yang ditawarkan tidak dibutuhkan	Ya	Ya	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tahu mau berbagi (sharing) ke siapa	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi
1/13/2023 13:45:37	22	Laki-laki	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Ya	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Ya	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tahu mau berbagi (sharing) ke siapa	Tidak, karena memiliki pengalaman yang kurang menyenangkan selama menggunakan produk
1/15/2023 11:09:14	29	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena produk yang ditawarkan tidak dibutuhkan	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena tidak ada tanggapan apa-apa terkait iklan tersebut	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya
1/15/2023 15:55:25	21	Laki-laki	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena produk yang ditawarkan tidak dibutuhkan	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak ada tanggapan apa-apa terkait iklan tersebut	Ya	Ya	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi
1/15/2023 16:24:31	22	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena iklannya membosankan	Tidak, karena iklannya membosankan	Tidak, karena produk yang ditawarkan tidak menarik	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena tidak suka dengan postingan iklan tersebut	Tidak, karena tidak ada tanggapan apa-apa terkait iklan tersebut	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tahu mau berbagi (sharing) ke siapa	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi
1/15/2023 22:48:37	22	Laki-laki	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak ada tanggapan apa-apa terkait iklan tersebut	Ya	Tidak, karena tidak tahu mau berbagi (sharing) ke siapa	Tidak, karena memiliki pengalaman yang kurang menyenangkan selama menggunakan produk
1/16/2023 17:12:54	22	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena iklannya membosankan	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Ya	Tidak, karena tidak tahu mau berbagi (sharing) ke siapa	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi
1/16/2023 19:58:21	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena produk yang ditawarkan tidak dibutuhkan	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tahu mau berbagi (sharing) ke siapa	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi
1/16/2023 23:05:24	24	Laki-laki	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena produk yang	Tidak, karena sudah pernah	Tidak, karena sudah pernah	Tidak, karena sudah pernah	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena tidak tahu	Tidak, karena alasan lainnya









2/11/2023 20:07:53	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	Tidak, karena memiliki pengalaman yang kurang menyenangkan selama menggunakan produk	
2/11/2023 20:14:20	21	Perempuan	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena iklannya tidak menarik	Tidak, karena iklannya jarang muncul	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi
2/11/2023 23:25:28	22	Perempuan	Tidak, karena iklan tidak muncul / terlihat	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	
2/12/2023 8:31:52	22	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena produk yang ditawarkan tidak dibutuhkan	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak ada tanggapan apa-apa terkait iklan tersebut	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	
2/12/2023 12:19:22	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena iklannya jarang muncul	Ya	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak ada tanggapan apa-apa terkait iklan tersebut	Ya	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	
2/12/2023 16:15:35	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	
2/12/2023 16:19:34	22	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Ya	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena alasan lainnya	Ya	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya		
2/12/2023 16:28:30	22	Laki-laki	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Ya	Ya	Ya	
2/12/2023 16:44:59	22	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	Tidak, karena alasan lainnya	
2/12/2023 16:54:04	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena produk yang ditawarkan tidak dibutuhkan	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak ada tanggapan apa-apa terkait iklan tersebut	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	
2/12/2023 18:17:53	22	Laki-laki	Tidak, karena iklan tidak muncul / terlihat	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena iklannya tidak menarik	Tidak, karena iklannya jarang muncul	Tidak, karena produk yang ditawarkan tidak dibutuhkan	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena tidak suka dengan postingan iklan tersebut	Tidak, karena tidak ada tanggapan apa-apa terkait iklan tersebut	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	
2/12/2023 18:28:18	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Ya	Ya	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Ya	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	
2/12/2023 20:33:54	22	Laki-laki	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena sudah pernah	Tidak, karena sudah pernah	Tidak, karena sudah pernah	Ya	Tidak, karena tidak suka	Ya	Tidak, karena tidak tahu	Tidak, karena alasan lainnya	

									menggunakan produk tersebut	menggunakan produk tersebut	menggunakan produk tersebut		memberikan komentar		mau berbagi (sharing) ke siapa	
2/12/2023 21:27:43	22	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
2/13/2023 14:23:24	22	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Ya	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tahu mau berbagi (sharing) ke siapa	Tidak, karena memiliki pengalaman yang kurang menyenangkan selama menggunakan produk
2/13/2023 15:15:22	21	Laki-laki	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena alasan lainnya	Ya	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Ya	Ya	Ya
2/13/2023 22:39:47	22	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak ada tanggapan apa-apa terkait iklan tersebut	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya
2/15/2023 14:45:27	21	Perempuan	Tidak, karena iklan tidak muncul / terlihat	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	Tidak, karena memiliki pengalaman yang kurang menyenangkan selama menggunakan produk
2/15/2023 14:52:18	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena produk yang ditawarkan tidak dibutuhkan	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Ya	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tahu mau berbagi (sharing) ke siapa	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi
2/15/2023 18:21:06	22	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Ya	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tahu mau berbagi (sharing) ke siapa	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi
2/15/2023 23:30:10	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Ya	Ya	Ya
2/16/2023 1:38:35	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Ya	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Ya	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tahu mau berbagi (sharing) ke siapa	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi
2/16/2023 14:15:45	22	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena iklannya jarang muncul	Tidak, karena produk yang ditawarkan tidak dibutuhkan	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi
2/16/2023 14:23:54	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak ada tanggapan apa-apa terkait iklan	Ya	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	Tidak, karena alasan lainnya

													tersebut			
2/16/2023 14:38:39	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak ada tanggapan apa-apa terkait iklan tersebut	Ya	Tidak, karena tidak tahu mau berbagi (sharing) ke siapa	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi
2/16/2023 14:48:48	21	Laki-laki	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Ya	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya
2/16/2023 15:19:26	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak ada tanggapan apa-apa terkait iklan tersebut	Ya	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi
2/16/2023 18:18:54	21	Perempuan	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena produk yang ditawarkan tidak dibutuhkan	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tahu mau berbagi (sharing) ke siapa	Tidak, karena memiliki pengalaman yang kurang menyenangkan selama menggunakan produk
2/16/2023 21:14:29	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena iklannya jarang muncul	Tidak, karena produk yang ditawarkan tidak dibutuhkan	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak ada tanggapan apa-apa terkait iklan tersebut	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi
2/16/2023 21:28:10	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena iklannya tidak menarik	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena produk yang ditawarkan tidak dibutuhkan	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	Tidak, karena memiliki pengalaman yang kurang menyenangkan selama menggunakan produk
2/17/2023 12:27:47	22	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Ya	Ya	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak ada tanggapan apa-apa terkait iklan tersebut	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya
2/17/2023 16:05:55	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena produk yang ditawarkan tidak dibutuhkan	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Ya	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Ya	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi
2/17/2023 16:57:00	23	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena tidak tahu mau berbagi (sharing) ke siapa	Tidak, karena alasan lainnya
2/17/2023 18:19:34	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena produk yang ditawarkan tidak dibutuhkan	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi
2/17/2023 19:05:02	20	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena iklannya jarang	Ya	Tidak, karena penjelasannya	Tidak, karena penjelasannya	Tidak, karena penjelasannya	Tidak, karena tidak suka	Tidak, karena tidak ada	Tidak, karena sudah	Tidak, karena tidak tertarik	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi

							muncul		sudah jelas	sudah jelas	sudah jelas	memberikan 'likes'	tanggapan apa-apa terkait iklan tersebut	menggunakan produk lain	untuk berbagi informasi	informasi
2/17/2023 20:23:16	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena produk yang ditawarkan tidak dibutuhkan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena tidak tahu mau berbagi (sharing) ke siapa	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi
2/18/2023 19:54:52	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
2/20/2023 14:31:39	24	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
2/27/2023 16:13:48	21	Laki-laki	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Ya	Ya	Ya
2/27/2023 17:02:09	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena produk yang ditawarkan tidak dibutuhkan	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya
2/27/2023 17:27:18	23	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Ya	Ya	Ya
2/27/2023 17:38:28	22	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak ada tanggapan apa-apa terkait iklan tersebut	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi
2/27/2023 17:58:21	21	Perempuan	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena produk yang ditawarkan tidak dibutuhkan	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Ya	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi
2/27/2023 18:15:03	22	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Ya	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya
2/27/2023 18:33:21	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Ya	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Ya	Tidak, karena tidak ada tanggapan apa-apa terkait iklan tersebut	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena alasan lainnya	Ya
2/27/2023 18:47:03	22	Laki-laki	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena iklannya membosankan	Tidak, karena produk yang ditawarkan tidak dibutuhkan	Tidak, karena penjelasannya sudah jelas	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena tidak suka memberikan 'likes'	Tidak, karena tidak suka memberikan komentar	Tidak, karena sudah menggunakan produk lain	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi
2/27/2023 20:51:58	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena sudah menggunakan	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi

														produk lain	informasi	
2/28/2023 12:06:00	21	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena alasan lainnya	Tidak, karena tidak tertarik untuk berbagi informasi
3/1/2023 13:12:23	22	Perempuan	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena sudah pernah menggunakan produk tersebut	Tidak, karena alasan lainnya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak, karena alasan lainnya	Ya

