

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

Bab IV ini berisi tentang kesimpulan dari hasil analisis data yang sudah dijabarkan dalam bab III sebelumnya serta saran yang bersumber dari hasil analisis.

#### **A. Kesimpulan**

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan produk Vaseline Care for Men yang dibintangi oleh Darius ternyata mampu menciptakan *brand awareness* pada konsumen. Hal ini membuktikan teori bahwa salah satu fungsi iklan yakni sebagai *reminder* sehingga iklan mampu mengingatkan dan semakin meneguhkan terhadap produk yang diiklankan.
2. *Brand awareness* produk Vaseline Care for Men yang dibintangi oleh Darius ternyata secara nyata mampu berpengaruh meningkatkan ketertarikan iklan produk Vaseline Care for Men. Hal ini menunjukkan bahwa setelah menonton iklan dan *brand awareness* dari produk melalui iklan tersebut semakin tinggi, sehingga *target market* menjadi terpengaruh dan menimbulkan ketertarikan akan produk.

#### **B. Saran**

1. Bagi perusahaan, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dan bahan pertimbangan tentang seberapa kuat pengaruh dari iklan TVC Vaseline Care For Men versi Darius yang ditayangkan

membentuk kesadaran konsumen atas merek tersebut dan baru mampu menimbulkan tingkat ketertarikan produk akan tetapi terhadap tingkat motivasi pembelian konsumen ternyata tidak mempengaruhi. Berdasarkan hal tersebut, maka pihak perusahaan diharapkan mendesain kembali iklannya supaya iklan yang disampaikan disamping mempengaruhi *brand awareness* juga dapat menimbulkan tingkat ketertarikan serta menimbulkan motivasi pembeliannya.

2. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik tentang topik yang sama diharapkan untuk menyempurnakan model penelitiannya.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Aaker, D. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek, Manfaat Nilai Suatu Merek*, Cetakan I, Penerbit Mitra Utama, Jakarta.
- Belch, Michael. 2007. *Analisis and Promotion*. New York : Mc.Graw.
- Bungin, Burhan.2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Durianto, Darmadi dkk. 2003. *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan Toni Sitinjak. 2001. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Orramedia Pustaka Utama.
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. 2007. *Metodologi Polling: Memberdayakan Suara Rakyat*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Hadi, Sutrisno, 1991. *Metodologi Researh I*, Yogyakarta : Andi Offiset.
- Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, R. 1992, *Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Penerbit Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.
- Kotler, P. (1994), *Marketing Management*, 5<sup>th</sup> ed, Upper Saddle River, NJ: Pearson Education International.
- Kotler, Philip. 1985. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi ke-2, Jilid 1 Jakarta Intermedia.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT Prenhallindo. Jakarta.
- Kriyanto, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenada media Grup. Jakarta.
- Liliweri, Alo .2011. *Komunikasi, Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Singarimbun, Masri. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Edisi Revisi. Jakarta. LP3ES.

Sissors, Jack. Z. dan Surmanek, Jim. 1982. *Perencanaan Media*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.

Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung, : PT Remaja Rosdakarya.

Swastha, Basu. 1984. *Azas-ozos Marketing*. Edisi ke-3. Yogyakarta :Liberty.

Tjiptono, Fandy & Chandra, Gregorius. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta CV Andi Offset.

Tjiptono, Fandy., Chandra, Gregorius & Adriana, dadi. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Widyatama, Rendra. 2005. Pengantar Periklanan. Buana Pustaka Indonesia

[www.marketing.co.id](http://www.marketing.co.id)

[www.vaselinemen.com](http://www.vaselinemen.com)

[www.youtube.com](http://www.youtube.com)



**LAMPIRAN**



Lampiran 1.

Kuesioner

## KUESIONER

### DATA RESPONDEN

1. No. Kuisisioner .....(diisi oleh peneliti)

Petunjuk pengisian

- Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai dengan pilihan Anda
2. Apakah Anda pernah menyaksikan iklan produk perawatan kulit wajah untuk pria di bawah ini?





- a. Ya
- b. Tidak

**Jika Tidak, maka cukup sampai disini saja mengisi kuisisionernya, terimakasih.**

**BRAND AWARENESS**

**Petunjuk Pengisian :**

- Isilah jawaban Anda pada pertanyaan yang berupa isian
  - Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai dengan pilihan Anda
3. Sebutkan merek produk perawatan kulit wajah untuk pria yang pertama kali muncul di pikiran Anda!  
.....
  4. Sebutkan merek produk lain, selain yang sudah Anda sebutkan di atas!  
.....  
.....
  5. Apakah Anda mengenal merek produk perawatan kulit wajah untuk pria Vaseline Care for Men ?
    - a. Ya, saya sudah menyebutkannya pada pertanyaan sebelumnya
    - b. Ya, saya mengenal atau mengingat setelah mengisi kuisisioner ini
    - c. Tidak mengenal sama sekali
  6. Sebutkan varian produk perawatan kulit wajah untuk pria merek Vaseline Care for Men?  
.....  
.....



7. Apakah Anda tahu artis *brand ambassador* yang mengenalkan produk perawatan kulit wajah untuk pria Vaseline Care for Men?

a. Ya

b. Tidak

Jika Ya, sebutkan!

.....

### TERPAAN IKLAN

#### Petunjuk Pengisian :

- Berilah tanda ceklis (V) pada jawaban yang sesuai dengan pilihan Anda

NO.	Pertanyaan	Ya	Tidak
8.	Apakah Anda sering melihat tayangan iklan TVC produk perawatan wajah pria Vaseline For Men dalam 1 hari		
9.	Apakah setiap kali Anda melihat tayangan iklan TVC produk perawatan wajah pria Vaseline For Men sampai selesai		
10.	Apakah saat Anda ada tayangan iklan TVC produk perawatan wajah pria Vaseline For Men Anda tidak mengubah channel		
11.	Apakah saat Anda menyaksikan tayangan iklan TVC produk perawatan wajah pria Vaseline For Men, Anda menghentikan aktivitas lain selain menonton		

### Tingkat Ketertarikan

#### Petunjuk Pengisian :

- Berilah tanda ceklis (V) pada jawaban yang sesuai dengan pilihan Anda
- Keterangan :
  - SS : Sangat Setuju
  - S : Setuju
  - RR : Ragu-ragu
  - TS : Tidak Setuju
  - STS : Sangat Tidak Setuju

NO	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
12.	Saya tertarik menggunakan produk perawatan kulit wajah merek Vaseline for Man yang diiklankan karena menurut saya mampu membersihkan kulit wajah saya					
13.	Varian produk perawatan kulit wajah merek Vaseline for Men yang diiklankan ada beraneka macam jenis produknya, sehingga saya tertarik untuk mencobanya.					

14.	Produk perawatan kulit wajah merek Vaseline for Men yang diiklankan dikemas dengan sangat menarik.					
15.	Saya tertarik menggunakan produk perawatan kulit wajah merek Vaseline for Men yang diiklankan karena harganya terjangkau.					

### Motivasi Membeli

#### PETUNJUK PENGISIAN :

- Berilah tanda ceklis (V) pada jawaban yang sesuai dengan pilihan Anda
- Keterangan :s
  - SS : Sangat Setuju
  - S : Setuju
  - RR : Ragu-ragu
  - TS : Tidak Setuju
  - STS : Sangat Tidak Setuju

NO	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
16.	Saya ingin mencoba produk perawatan kulit wajah merek Vaseline for Men karena ingin mendapatkan kulit wajah yang sehat.					
17.	Saya ingin mencoba produk perawatan kulit wajah merek Vaseline for Men karena mampu mencerahkan kulit.					
18.	Saya ingin menggunakan pertama kalinya produk perawatan kulit wajah merek Vaseline for Men karena mampu membersihkan kulit wajah.					
19.	Saya ingin menggunakan pertama kalinya produk perawatan kulit wajah merek Vaseline for Men karena mampu mengurangi minyak di wajah.					
20.	Saya ingin membeli produk perawatan kulit wajah merek Vaseline for Men karena mampu mengurangi komedo pada kulit wajah.					
21.	Saya ingin membeli produk perawatan kulit wajah merek Vaseline for Men karena adanya iklan yang menarik.					
22.	Saya mau membeli produk perawatan kulit wajah merek Vaseline for Men, karena mereknya yang terkenal.					
23.	Saya rutin membeli produk Vaseline for Men karena sudah biasa menggunakannya.					



**Lampiran 2.**  
**Uji Validitas dan Reliabilitas**

## Reliability

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.609	4

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Btr_12	10.06	2.380	.571	.380
Btr_13	10.15	2.917	.369	.555
Btr_14	9.41	3.477	.255	.626
Btr_15	10.19	2.984	.375	.549

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
13.27	4.623	2.150	4

## Reliability

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

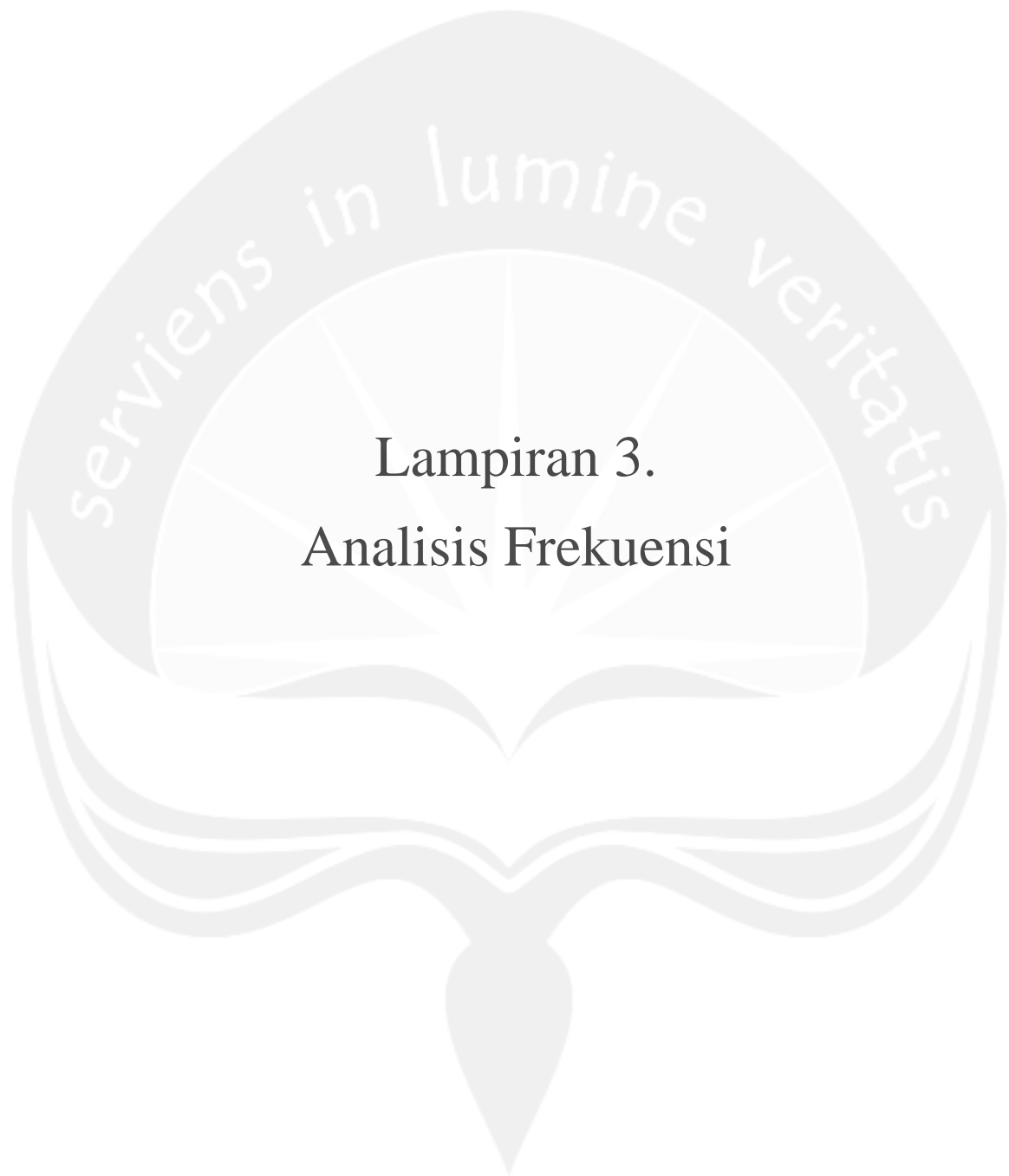
Cronbach's Alpha	N of Items
.892	8

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Btr_16	21.99	21.303	.817	.864
Btr_17	22.15	22.351	.773	.869
Btr_18	22.09	22.386	.713	.875
Btr_19	21.80	22.343	.697	.876
Btr_20	22.18	24.109	.598	.885
Btr_21	22.24	23.376	.677	.879
Btr_22	22.36	21.404	.728	.873
Btr_23	22.85	24.250	.406	.906

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
25.38	29.187	5.403	8



**Lampiran 3.**  
**Analisis Frekuensi**

## Frequencies

Apakah Anda pernah menyaksikan iklan produk perawatan kulit wajah untuk pria di bawah ini

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid Ya	100	100.0	100.0	100.0

Sebutkan merek produk perawatan kulit wajah untuk pria yang pertama kali muncul di pikiran Anda

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid Ponds	16	16.0	16.0	16.0
Biore	40	40.0	40.0	56.0
Vaseline	18	18.0	18.0	74.0
Niv ea	7	7.0	7.0	81.0
Clean & Clear	9	9.0	9.0	90.0
Gatsby	4	4.0	4.0	94.0
Loreal	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sebutkan merek produk lain, selain merek di atas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid Ponds	26	26.0	26.5	26.5
Biore	22	22.0	22.4	49.0
Vaseline	17	17.0	17.3	66.3
Niv ea	10	10.0	10.2	76.5
Clean & Clear	5	5.0	5.1	81.6
Gatsby	13	13.0	13.3	94.9
Garnier	4	4.0	4.1	99.0
Dove	1	1.0	1.0	100.0
Total	98	98.0	100.0	
Missing System	2	2.0		
Total	100	100.0		

**Sebutkan merek produk lain, selain merek di atas**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Ponds	5	5.0	17.2	17.2
	Biore	6	6.0	20.7	37.9
	Nuvo	5	5.0	17.2	55.2
	Vaseline	5	5.0	17.2	72.4
	Gatsby	3	3.0	10.3	82.8
	Garnier	4	4.0	13.8	96.6
	Mustika Ratu	1	1.0	3.4	100.0
	Total	29	29.0	100.0	
Missing	Sy stem	71	71.0		
Total		100	100.0		

**Sebutkan merek produk lain, selain merek di atas**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Biore	1	1.0	20.0	20.0
	Vaseline	4	4.0	80.0	100.0
	Total	5	5.0	100.0	
Missing	Sy stem	95	95.0		
Total		100	100.0		

**Sebutkan merek produk lain, selain merek di atas**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Dove	1	1.0	100.0	100.0
Missing	Sy stem	99	99.0		
Total		100	100.0		

**Sebutkan merek produk lain, selain merek di atas**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Vaseline	1	1.0	100.0	100.0
Missing	Sy stem	99	99.0		
Total		100	100.0		



**Apakah Anda mengenal merek produk perawatan kulit wajah untuk pria Vaseline Care for Men ?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya, saya sudah menyebutnya pada pertanyaan sebelumnya	43	43.0	43.4	43.4
	Ya, saya mengenal atau mengingat setelah mengisi kuesioner ini	47	47.0	47.5	90.9
	tidak mengenal sama sekali	9	9.0	9.1	100.0
	Total	99	99.0	100.0	
Missing	System	1	1.0		
Total		100	100.0		

**Varian produk perawatan kulit wajah untuk pria merek Vaseline Care for Men**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Facial wash	11	11.0	78.6	78.6
	Deep clean	2	2.0	14.3	92.9
	Oil control	1	1.0	7.1	100.0
	Total	14	14.0	100.0	
Missing	System	86	86.0		
Total		100	100.0		

**Varian produk perawatan kulit wajah untuk pria merek Vaseline Care for Men**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Body lotion	1	1.0	25.0	25.0
	Oil remover	2	2.0	50.0	75.0
	Deep control oil	1	1.0	25.0	100.0
	Total	4	4.0	100.0	
Missing	System	96	96.0		
Total		100	100.0		

**Varian produk perawatan kulit wajah untuk pria merek Vaseline Care for Men**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Deep control scrub	1	1.0	100.0	100.0
Missing	System	99	99.0		
Total		100	100.0		

**Varian produk perawatan kulit wajah untuk pria merek Vaseline Care for Men**

	Frequency	Percent
Missing System	100	100.0

**Apakah Anda tahu artis yang mengenalkan produk perawatan kulit wajah untuk pria Vaseline Care for Men?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	37	37.0	37.0	37.0
Ya	63	63.0	63.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Jika Ya, sebutkan!**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Darius S	53	53.0	98.1	98.1
Suaminya Dona A	1	1.0	1.9	100.0
Total	54	54.0	100.0	
Missing System	46	46.0		
Total	100	100.0		

**Apakah Anda sering melihat tayangan iklan TVC produk perawatan wajah pria Vaseline For Men dalam 1 hari**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	31	31.0	31.0	31.0
Ya	69	69.0	69.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Apakah setiap kali Anda melihat tayangan iklan TVC produk perawatan wajah pria Vaseline For Men sampai selesai**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	57	57.0	57.0	57.0
Ya	43	43.0	43.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Apakah saat Anda ada tayangan iklan TVC produk perawatan wajah pria Vaseline For Men Anda tidak mengubah chanel**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Tidak	63	63.0	63.0	63.0
	Ya	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Apakah saat Anda menyaksikan tayangan iklan TVC produk perawatan wajah pria Vaseline For Men, Anda menghentikan aktivitas lain selain menonton**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Tidak	95	95.0	95.0	95.0
	Ya	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Saya tertarik menggunakan produk perawatan kulit wajah merek Vaseline for Man yang diiklan karena menurut saya mampu membersihkan kulit wajah saya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	TS	22	22.0	22.0	22.0
	RR	41	41.0	41.0	63.0
	S	31	31.0	31.0	94.0
	SS	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Varian produk perawatan kulit wajah merek Vaseline for Men yang diiklan ada beraneka macam jenis produknya, sehingga saya tertarik untuk mencobanya.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	24	24.0	24.0	25.0
	RR	38	38.0	38.0	63.0
	S	36	36.0	36.0	99.0
	SS	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Produk perawatan kulit wajah merek Vaseline for Men yang diiklankan dikemas dengan sangat menarik.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	TS	5	5.0	5.0	5.0
	RR	17	17.0	17.0	22.0
	S	65	65.0	65.0	87.0
	SS	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Saya tertarik menggunakan produk perawatan kulit wajah merek Vaseline for Men yang diiklankan karena harganya terjangkau.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	18	18.0	18.0	20.0
	RR	53	53.0	53.0	73.0
	S	24	24.0	24.0	97.0
	SS	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Saya ingin mencoba produk perawatan kulit wajah merek Vaseline for Men karena ingin mendapatkan kulit wajah yang sehat.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	TS	19	19.0	19.0	19.0
	RR	35	35.0	35.0	54.0
	S	34	34.0	34.0	88.0
	SS	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Saya ingin mencoba produk perawatan kulit wajah merek Vaseline for Men karena mampu mencerahkan kulit.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	16	16.0	16.0	18.0
	RR	43	43.0	43.0	61.0
	S	35	35.0	35.0	96.0
	SS	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Saya ingin menggunakan pertama kalinya produk perawatan kulit wajah merek Vaseline for Men karena mampu membersihkan kulit wajah.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	TS	25	25.0	25.0	25.0
	RR	25	25.0	25.0	50.0
	S	46	46.0	46.0	96.0
	SS	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Saya ingin menggunakan pertama kalinya produk perawatan kulit wajah merek Vaseline for Men karena mampu mengurangi minyak di wajah.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	TS	15	15.0	15.0	15.0
	RR	26	26.0	26.0	41.0
	S	45	45.0	45.0	86.0
	SS	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Saya ingin membeli produk perawatan kulit wajah merek Vaseline for Men karena mampu mengurangi komedo pada kulit wajah.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	TS	17	17.0	17.0	17.0
	RR	50	50.0	50.0	67.0
	S	29	29.0	29.0	96.0
	SS	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Saya ingin membeli produk perawatan kulit wajah merek Vaseline for Men karena adanya iklan yang menarik.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	STS	4	4.0	4.0	4.0
	TS	11	11.0	11.0	15.0
	RR	54	54.0	54.0	69.0
	S	29	29.0	29.0	98.0
	SS	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Saya mau membeli produk perawatan kulit wajah merek Vaseline for Men, karena mereknya yang terkenal.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	34	34.0	34.0	36.0
	RR	33	33.0	33.0	69.0
	S	22	22.0	22.0	91.0
	SS	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Saya rutin membeli produk Vaseline for Men karena sudah biasa menggunakannya.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	STS	11	11.0	11.0	11.0
	TS	48	48.0	48.0	59.0
	RR	20	20.0	20.0	79.0
	S	19	19.0	19.0	98.0
	SS	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Frequencies

### Terpaan iklan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Rendah	79	79.0	79.0	79.0
	Tinggi	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Brand Awereness

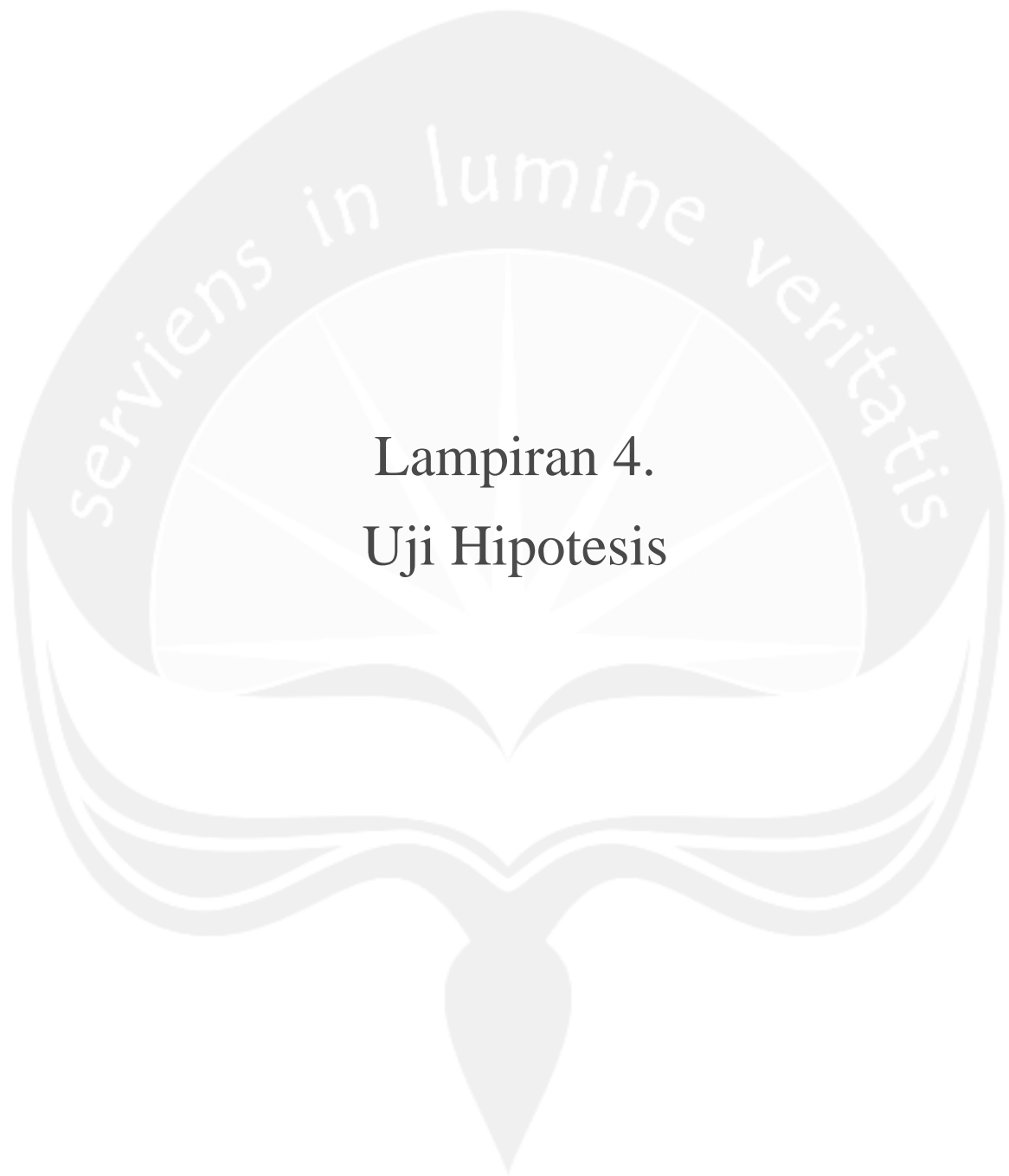
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Rendah	75	75.0	75.0	75.0
	Tinggi	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Ketertarikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	11	11.0	11.0	11.0
	Sedang	47	47.0	47.0	58.0
	Tinggi	34	34.0	34.0	92.0
	Sangat tinggi	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Motivasi pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat rendah	2	2.0	2.0	2.0
	Rendah	19	19.0	19.0	21.0
	Sedang	35	35.0	35.0	56.0
	Tinggi	40	40.0	40.0	96.0
	Sangat tinggi	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



**Lampiran 4.**  
**Uji Hipotesis**



## Regression

### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Terpaan iklan	.	Enter

- a. All requested variables entered.  
 b. Dependent Variable: Brand Awareness

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.214 <sup>a</sup>	.046	.036	.25510

- a. Predictors: (Constant), Terpaan iklan

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.307	1	.307	4.722	.032 <sup>a</sup>
	Residual	6.378	98	.065		
	Total	6.685	99			

- a. Predictors: (Constant), Terpaan iklan  
 b. Dependent Variable: Brand Awareness

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.297	.046		6.497	.000
	Terpaan iklan	.215	.099	.214	2.173	.032

- a. Dependent Variable: Brand Awareness

## Regression

### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Brand Awareness	.	Enter

- a. All requested variables entered.  
 b. Dependent Variable: Ketertarikan

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.239 <sup>a</sup>	.057	.048	.52458

- a. Predictors: (Constant), Brand Awareness

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.639	1	1.639	5.956	.016 <sup>a</sup>
	Residual	26.968	98	.275		
	Total	28.607	99			

- a. Predictors: (Constant), Brand Awareness  
 b. Dependent Variable: Ketertarikan

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.129	.093		33.558	.000
	Brand Awareness	.495	.203	.239	2.440	.016

- a. Dependent Variable: Ketertarikan

## Regression

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Brand Awareness	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Motivasi pembelian

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.116 <sup>a</sup>	.013	.003	.67421

a. Predictors: (Constant), Brand Awareness

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.603	1	.603	1.326	.252 <sup>a</sup>
	Residual	44.547	98	.455		
	Total	45.149	99			

a. Predictors: (Constant), Brand Awareness

b. Dependent Variable: Motivasi pembelian

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.058	.120		25.518	.000
	Brand Awareness	.300	.261	.116	1.152	.252

a. Dependent Variable: Motivasi pembelian

## Regression

### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Terpaan iklan	.	Enter

- a. All requested variables entered.  
 b. Dependent Variable: Ketertarikan

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.119 <sup>a</sup>	.014	.004	.53641

- a. Predictors: (Constant), Terpaan iklan

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.408	1	.408	1.419	.236 <sup>a</sup>
	Residual	28.199	98	.288		
	Total	28.607	99			

- a. Predictors: (Constant), Terpaan iklan  
 b. Dependent Variable: Ketertarikan

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.222	.096		33.477	.000
	Terpaan iklan	.247	.208	.119	1.191	.236

- a. Dependent Variable: Ketertarikan

## Regression

### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Terpaan iklan	.	Enter

- a. All requested variables entered.  
 b. Dependent Variable: Motivasi pembelian

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.055 <sup>a</sup>	.003	-.007	.67773

- a. Predictors: (Constant), Terpaan iklan

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.136	1	.136	.297	.587 <sup>a</sup>
	Residual	45.013	98	.459		
	Total	45.149	99			

- a. Predictors: (Constant), Terpaan iklan  
 b. Dependent Variable: Motivasi pembelian

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.227	.122		26.540	.000
	Terpaan iklan	-.143	.262	-.055	-.545	.587

- a. Dependent Variable: Motivasi pembelian



**Lampiran 5.**  
**Data Responden**

