

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL, DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan pada BAB IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sampel data yang diperoleh adalah 147 responden, 72 adalah pria dan 75 adalah wanita. Sebagian besar responden memiliki rentang usia 21 – 25 tahun (37,4%) dan 26 – 30 tahun (20,4%). Profesi atau pekerjaan responden yang paling dominan adalah mahasiswa (32,7%), diikuti karyawan (31,3%) dan wiraswasta (27,9%). Sebagian besar responden mempunyai penghasilan di bawah Rp. 500.000,00 (25,2%), Rp. 500.000,00 – Rp. 1.000.000,00 (25,9%), dan di atas Rp. 2.000.000,00 (26,5%).
2. *Endorser attractiveness* berpengaruh secara signifikan pada sikap terhadap iklan, sehingga hipotesis yang diajukan terbukti benar.
3. *Endorser trustworthiness* berpengaruh secara signifikan pada sikap terhadap iklan, sehingga hipotesis yang diajukan terbukti benar.
4. *Endorser expertise* tidak berpengaruh secara signifikan pada sikap terhadap iklan, sehingga hipotesis yang diajukan terbukti salah.
5. *Corporate trustworthiness* berpengaruh secara signifikan pada sikap terhadap iklan, sehingga hipotesis yang diajukan terbukti benar.
6. *Corporate expertise* tidak berpengaruh secara signifikan pada sikap terhadap iklan, sehingga hipotesis yang diajukan terbukti salah.

7. *Corporate trustworthiness* tidak berpengaruh secara signifikan pada sikap terhadap merek, sehingga hipotesis yang diajukan terbukti salah.
8. *Corporate expertise* tidak berpengaruh secara signifikan pada sikap terhadap merek, sehingga hipotesis yang diajukan terbukti salah.
9. *Corporate trustworthiness* tidak berpengaruh secara signifikan pada niat membeli, sehingga hipotesis yang diajukan terbukti salah.
10. *Corporate expertise* tidak berpengaruh secara signifikan pada niat membeli, sehingga hipotesis yang diajukan terbukti salah.
11. Sikap terhadap iklan berpengaruh secara signifikan pada sikap terhadap merek, sehingga hipotesis yang diajukan terbukti benar.
12. Sikap terhadap merek berpengaruh secara signifikan pada niat membeli, sehingga hipotesis yang diajukan terbukti benar.
13. Sikap terhadap iklan berpengaruh secara signifikan pada niat membeli, sehingga hipotesis yang diajukan terbukti benar.
14. Pria dan wanita mempunyai persepsi yang berbeda terhadap *endorser attractiveness*, sehingga hipotesis yang diajukan terbukti benar.
15. Pria dan wanita tidak mempunyai persepsi yang berbeda terhadap *endorser trustworthiness*, sehingga hipotesis yang diajukan terbukti salah.
16. Pria dan wanita tidak mempunyai persepsi yang berbeda terhadap *endorser expertise*, sehingga hipotesis yang diajukan terbukti salah.
17. Pria dan wanita tidak mempunyai persepsi yang berbeda terhadap *corporate trustworthiness*, sehingga hipotesis yang diajukan terbukti salah.

18. Pria dan wanita tidak mempunyai persepsi yang berbeda terhadap *corporate expertise*, sehingga hipotesis yang diajukan terbukti salah.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan dan kelemahan dalam penelitian di meliputi beberapa hal sebagai berikut:

1. Generalisasi merupakan kelemahan utama penelitian ini. Hal tersebut disebabkan karena penelitian ini dilakukan dalam ruang lingkup yang relatif kecil.
2. Penelitian ini dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta, sehingga mungkin akan terdapat perbedaan hasil penelitian apabila dilakukan di daerah lain.
3. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya 147, di mana 147 sampel merupakan jumlah yang kecil untuk menarik sebuah kesimpulan dari suatu penelitian. Sehingga kurang mampu mewakili populasi dalam penelitian.
4. Faktor demografis responden yang kurang bervariasi. Untuk pekerjaan mayoritas hanya mencakup mahasiswa, karyawan, dan wiraswasta. Begitu pula dengan usia dan penghasilan di mana sebagian besar berusia antara 21 – 30 tahun dengan mayoritas pendapatan di bawah Rp. 500.000,00; Rp. 500.000,00 – Rp. 1.000.000,00; dan di atas Rp. 2.000.000,00.

5.3. Implikasi Manajerial dan Saran

Beberapa implikasi manajerial dan saran yang relevan dengan kesimpulan-kesimpulan dari penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, disarankan untuk:

- a. Memperhatikan strategi periklanan yang dapat mempengaruhi sikap terhadap iklan, sikap terhadap merek, dan niat membeli.
- b. Penelitian ini menemukan bahwa *corporate trustworthiness* berpengaruh secara signifikan pada sikap terhadap iklan, di mana sikap terhadap iklan mempengaruhi sikap terhadap merek dan niat membeli. Oleh karena itu disarankan agar perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan kredibilitas yang dimiliki terutama aspek *trustworthiness*.
- c. Perusahaan disarankan menggunakan selebritis atau *endorser* dengan kredibilitas yang baik, terutama menyangkut aspek *attractiveness* dan *trustworthiness*. Hal ini disebabkan karena selebriti yang mempunyai daya tarik dan dapat dipercaya mempengaruhi sikap terhadap iklan dan iklan berpengaruh pada sikap terhadap merek dan niat membeli.
- d. Perusahaan dapat menanggapi adanya perbedaan persepsi antara pria dan wanita mengenai daya tarik selebriti. Oleh karena itu diharapkan perusahaan menanggapi perbedaan ini apabila ingin memproduksi produk yang ditargetkan untuk segmen pasar dengan jenis kelamin tertentu.

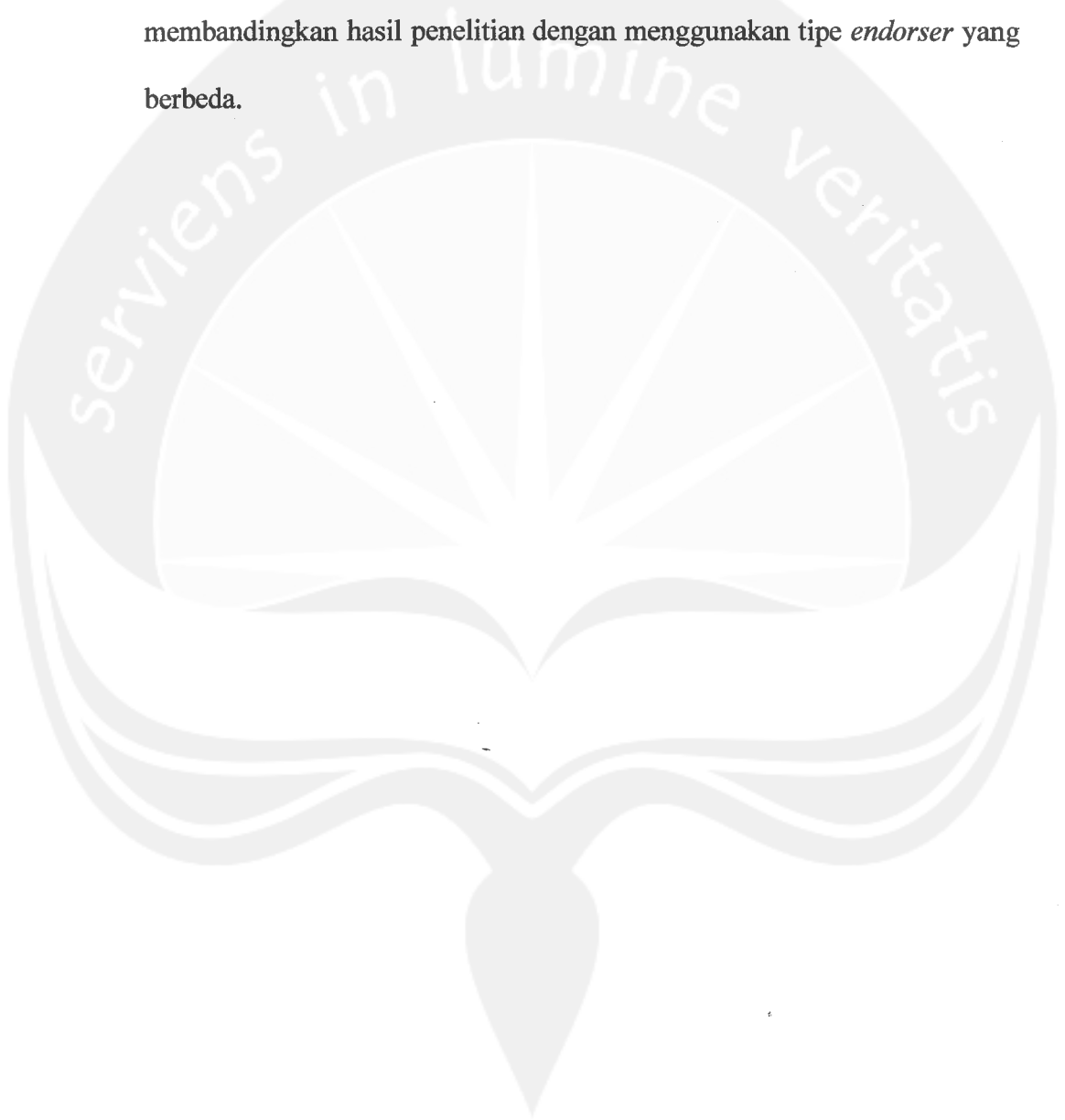
2. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk:

- a. Meneliti faktor-faktor selain kredibilitas sumber yang dapat mempengaruhi sikap terhadap iklan, sikap terhadap merek, dan niat membeli.

- b. Menambah variabel-variabel kredibilitas yang lain seperti kredibilitas media periklanan untuk menguji pengaruhnya terhadap sikap dan niat membeli.
- c. Memasukkan variabel demografis selain jenis kelamin seperti usia, pendapatan dan pekerjaan untuk mengukur perbedaan persepsi terhadap kredibilitas perusahaan dan kredibilitas *endorser*.
- d. Responden dalam penelitian ini mempunyai demografis yang bervariasi. Untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan responden yang lebih seragam atau homogen. Misalnya mahasiswa berusia 21 – 25 tahun yang mempunyai pendapatan per bulan di atas Rp. 2.000.000,00.
- e. Melakukan penelitian dengan menggunakan jenis produk yang berbeda, *endorser* yang berbeda, tipe perusahaan yang berbeda dan media periklanan yang berbeda. Penelitian ini menggunakan *endorser* yang dikenal baik oleh publik. Menggunakan tipe *endorser* yang berbeda seperti seorang ahli atau eksekutif dari sebuah perusahaan akan memperluas jangkauan penelitian. Penelitian ini menggunakan perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi yaitu memproduksi barang-barang elektronik, penelitian selanjutnya dapat menggunakan perusahaan yang bergerak di bidang lain seperti jasa atau perusahaan non-profit. Media iklan yang digunakan dapat berupa media cetak atau radio.
- f. Di samping itu obyek dalam penelitian ini adalah Ratu dan PT Sharp Electronics Indonesia yang notabene sudah dikenal oleh publik dan masyarakat awam. Sehingga disarankan untuk penelitian selanjutnya

menggunakan *endorser* dan perusahaan yang belum dikenal oleh masyarakat secara umum.

- g. Ratu adalah *Multiple Product Endorser*, disarankan melakukan penelitian terhadap selebriti menjadi *Single Product Endorser* untuk mengukur dan membandingkan hasil penelitian dengan menggunakan tipe *endorser* yang berbeda.



DAFTAR PUSTAKA

- Belch, George E. and Belch, Michael A. (2004), *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*, International Editions, McGraw-Hill, Inc.
- Bovee, Courtlan L., Thill, John V., Dovel, George P., Wood, Marian Burk. (1995), *Advertising Excellence*, International Edition, McGraw-Hill, Inc.
- Goldsmith, Ronald E., Lafferty, Barbara A., and Newell, Stephen J. (2000), "The Impact Of Corporate Credibility and Endorser Credibility On Consumer Reaction To Advertisement And Brands," *Journal of Advertising* Volume XXIX, Number 3
- Kotler, Philip. and Armstrong, Gary. (2001), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, edisi Kedelapan, Jilid 1, Penerbit Erlangga
- Kussudyarsana (2004), *Fenomena Selebritas Sebagai Model Iklan Dari Sudut Pandang Sumber Pesan*, *Benefit*, Vol. 8, No. 2
- Kusumaningrum, Radiantari (2005), *Pengaruh Kredibilitas Endorser dan Kredibilitas Perusahaan Terhadap Niat Pembelian dengan Pendekatan Dual Credibility Model*, Skripsi FE UAJY, tidak dipublikasikan
- Lafferty, Barbara A., Goldsmith, Ronald E., and Newell, Stephen J. (2002), *The Dual Credibility Model: The Influence Of Corporate And Endorser Credibility On Attitudes And Purchase Intentions*, *Journal of Marketing, Theory And Practice*

Lamb, Charles W., Hair, Joseph F., McDaniel, Carl. (2001), *Pemasaran*, Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta

Mowen, John C. and Minor, Michael (2001), *Perilaku Konsumen*, Edisi Kelima, Penerbit Erlangga

Nasution S. (2004), *Metode Research: Penelitian Ilmiah*, Edisi Satu, Cetakan Ketujuh, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta

PB, Triton (2006), *SPSS 13.0 Terapan: Riset Statistik Parametrik*, Penerbit Andi, Yogyakarta

Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leslie Lazar (2004), *Consumer Behavior*, International Edition, Prentice-Hall, Inc.

Solomon, Michael R. (2002), *Consumer Behavior*, International Edition, Prentice Hall, Inc.

Vonny (2003), *Evaluasi Faktor-faktor Kredibilitas Multiple Product Endorser dan Pengaruhnya terhadap Minat Membeli Konsumen*, Skripsi FE UAJY, tidak dipublikasikan

Wells, William., Burnett, John., Moriarty, Sandra., (2003), *Advertising: Principles and Practice*, International Edition, Prentice Hall, Inc.

serviens in lumine veritatis

LAMPIRAN

KUESIONER

Pilihlah jawaban yang sesuai dengan memberikan tanda silang (X) pada alternatif jawaban yang tersedia.

1. Jenis kelamin anda adalah:
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Usia Anda saat ini adalah: _____ tahun
3. Pekerjaan:
 - a. Mahasiswa
 - b. Pegawai Negeri
 - c. Karyawan
 - d. Wiraswasta
 - e. Lain-lain, sebutkan: _____
4. Penghasilan rata-rata tiap bulan (termasuk uang saku bagi mahasiswa):
 - a. < Rp. 500.000,00
 - b. > Rp. 500.000,00 – Rp. 1.000.000,00
 - c. > Rp. 1.000.000,00 – Rp. 1.500.000,00
 - d. > Rp. 1.500.000,00 – Rp. 2.000.000,00
 - e. > Rp. 2.000.000,00

Pertanyaan berikut ini berdasarkan persepsi anda setelah melihat tayangan iklan TV Alexander yang dibintangi oleh Ratu.

Kredibilitas Endorser

No.	Pertanyaan	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
Attractiveness						
1.	Menurut saya Ratu adalah selebriti yang cantik.					
2.	Menurut saya Ratu adalah selebriti yang seksi.					
3.	Menurut saya Ratu adalah sosok wanita ideal.					
4.	Menurut saya Ratu selalu berpenampilan menarik.					
5.	Menurut saya Ratu tidak membosankan untuk dilihat.					
6.	Menurut saya Ratu memiliki daya tarik tersendiri yang tidak dimiliki oleh selebriti lainnya.					
Trustworthiness						
7.	Saya percaya Ratu menggunakan TV Alexander dalam kehidupannya sehari-hari.					
8.	Menurut saya Ratu menjadi bintang iklan TV Alexander karena produk itu benar-benar bagus.					
9.	Saya tidak yakin Ratu pada kenyataannya menggunakan produk TV Alexander yang diiklankannya.					
10.	Menurut saya Ratu menjadi bintang iklan TV Alexander karena motif ekonomi.					
Expertise						
11.	Menurut saya Ratu group musik yang berbakat.					
12.	Menurut saya Ratu ahli di bidangnya.					
13.	Saya menyukai lagu-lagu yang dinyanyikan oleh Ratu.					
14.	Menurut saya sebagai selebriti Ratu berpengetahuan luas.					
15.	Kata-kata/opini Ratu menunjukkan bahwa ia berwawasan luas.					
16.	Menurut saya Ratu dapat memerankan karakter tokoh yang dibintanginya dalam sebuah video klip dengan baik.					

Kredibilitas Perusahaan

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Trustworthiness						
17.	PT Sharp Electronics Indonesia sebagai perusahaan yang memproduksi TV Alexander merupakan perusahaan yang jujur (apa yang dikomunikasikan sesuai dengan kenyataan) kepada konsumen.					
18.	PT Sharp Electronics Indonesia sebagai perusahaan yang memproduksi TV Alexander merupakan perusahaan yang dapat dipercaya.					
19.	PT Sharp Electronics Indonesia sebagai perusahaan yang memproduksi TV Alexander merupakan perusahaan yang mempunyai komitmen terhadap keinginan dan kebutuhan pelanggan.					
Expertise						
20.	PT Sharp Electronics Indonesia sebagai perusahaan yang memproduksi TV Alexander merupakan perusahaan yang berpengalaman dalam pembuatan produk elektronik.					
21.	PT Sharp Electronics Indonesia sebagai perusahaan yang memproduksi TV Alexander merupakan perusahaan yang ahli dalam pembuatan produk elektronik.					
22.	PT Sharp Electronics Indonesia sebagai perusahaan yang memproduksi TV Alexander merupakan perusahaan yang mampu memenuhi kebutuhan konsumennya.					

Sikap Terhadap Iklan

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
23.	Saya menyukai iklan TV Alexander yang dibintangi oleh Ratu.					
24.	Menurut saya iklan TV Alexander mudah diingat.					
25.	Menurut saya pesan dalam iklan TV Alexander mudah dipahami.					
26.	Iklan TV Alexander merupakan iklan yang menarik.					
27.	Iklan TV Alexander mampu memberikan informasi tentang manfaat dari produk yang diiklankan.					
28.	Iklan TV Alexander mampu memberikan informasi tentang kualitas produk yang diiklankan.					
29.	Iklan TV Alexander mampu memberikan informasi tentang keunggulan produk yang diiklankan.					

Sikap Terhadap Merek

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
30.	Saya menyukai TV Alexander yang diiklankan oleh Ratu.					
31.	TV Alexander yang diiklankan oleh Ratu adalah televisi yang berkualitas.					
32.	TV Alexander yang diiklankan oleh Ratu adalah televisi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan serta memuaskan pelanggan.					
33.	Produk TV Alexander yang diiklankan oleh Ratu adalah televisi yang dibuat dari bahan baku yang berkualitas.					

Niat Membeli

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
34.	Saya tertarik pada TV Alexander yang diiklankan oleh Ratu.					
35.	Saya ingin membeli TV Alexander yang diiklankan oleh Ratu.					
36.	Suatu ketika saya akan membeli TV Alexander yang diiklankan oleh Ratu.					
37.	Jika saya ingin membeli televisi maka saya akan membeli TV Alexander yang diiklankan oleh Ratu.					

Keterangan:

- STS : Sangat Tidak Setuju
- TS : Tidak Setuju
- N : Netral
- S : Setuju
- SS : Sangat Setuju



DATA PENELITIAN

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

DATA PENELITIAN

	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Q21	Q22	Q23
1	5	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
3	4	2	2	4	3	3	4	2	2	3	4	4	3	2
4	5	4	4	4	1	2	4	5	5	3	5	5	2	4
5	4	5	5	5	2	2	4	4	5	4	5	5	4	4
6	5	4	4	4	3	2	4	2	2	2	3	3	3	2
7	4	4	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2
8	1	5	4	3	4	5	4	4	5	3	4	2	4	5
9	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3
10	3	5	4	5	3	3	4	3	3	4	3	3	4	2
11	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4
12	4	2	2	4	2	3	2	3	3	3	4	3	3	2
13	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3
14	5	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3
15	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3
16	4	4	4	5	2	3	4	4	2	4	3	4	5	2
17	1	2	3	1	1	2	5	3	1	2	4	3	1	4
18	5	5	4	3	2	1	2	2	2	3	4	4	4	2
19	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	3
20	4	4	3	5	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4
21	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4
22	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	2	4	4	4	3	2	4	2	3	3	4	3	4	3
24	2	5	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	3	5
25	2	5	4	2	3	3	2	2	4	4	5	4	4	3
26	5	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
27	1	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5
28	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2
29	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
30	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4	2
31	3	4	2	3	4	3	3	4	5	4	3	3	3	2
32	4	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	3	4
34	4	3	3	3	3	2	4	3	3	4	4	3	3	3
35	4	4	1	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3
36	5	2	2	3	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1
37	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
38	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2
39	3	4	4	5	2	3	3	5	5	5	5	5	5	4
40	4	2	2	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	3
41	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3
42	3	5	5	5	2	2	3	5	5	4	5	5	4	5

DATA PENELITIAN

	Q24	Q25	Q26	Q27	Q28	Q29	Q30	Q31	Q32	Q33	Q34	Q35	Q36	Q37
1	5	2	4	2	4	5	3	4	4	4	4	4	2	2
2	5	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	2	2
3	5	2	2	4	4	4	3	4	2	4	5	5	2	1
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4
5	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2
6	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1
7	2	3	2	5	4	4	3	2	4	2	2	3	3	3
8	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4
9	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
10	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3
11	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	4	2	3	3
12	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3
13	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
14	2	2	4	3	2	3	4	4	3	4	2	2	2	2
15	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2
16	2	3	5	4	4	3	4	3	2	2	4	2	1	2
17	5	5	5	2	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5
18	3	3	2	3	4	4	2	4	3	3	3	4	3	3
19	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3
23	4	3	2	3	3	4	3	2	2	2	2	2	3	2
24	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	3	3
25	4	3	4	2	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4
26	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3
27	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
28	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2
29	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	1	1	1
30	4	2	4	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2
31	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
32	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2
33	5	3	4	2	4	4	3	4	4	4	2	4	3	4
34	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
35	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	2	2	2
36	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
37	4	2	4	2	2	3	3	4	4	4	2	2	2	2
38	2	2	2	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	3	4	4	4
40	3	2	2	3	2	3	3	4	4	4	2	2	2	2
41	3	3	2	4	4	4	2	3	3	3	2	2	2	2
42	4	5	4	5	4	4	2	3	4	5	3	4	5	5

DATA PENELITIAN

	Jenis_Kelamin	Usia	Pekerjaan	Penghasilan	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9
43	2	2	1	2	5	4	3	4	4	4	3	3	2
44	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	1	3	3	3	4	5	4	4	4	4	1	2	1
46	2	2	4	5	2	2	2	2	2	2	4	5	5
47	2	1	3	2	4	3	4	2	3	4	3	4	3
48	2	3	3	2	4	4	3	4	4	3	3	3	3
49	2	2	1	2	4	4	3	4	4	3	2	1	4
50	2	2	1	2	4	4	4	4	4	4	2	3	3
51	1	4	2	4	5	4	2	5	2	3	4	5	3
52	1	2	1	1	2	3	3	4	2	4	3	2	4
53	1	3	2	4	5	4	5	4	5	4	2	4	4
54	2	2	1	1	4	4	3	4	4	4	4	3	1
55	1	6	3	5	5	4	4	5	5	5	2	2	3
56	1	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3
57	1	2	4	4	4	3	3	5	4	5	1	2	5
58	2	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	5	1
59	1	2	1	1	3	4	4	1	2	3	4	4	2
60	1	2	1	1	4	4	2	3	3	2	3	2	4
61	1	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2	1	5
62	1	2	1	1	3	4	4	4	3	4	4	3	3
63	1	2	1	1	4	4	4	4	4	3	4	4	3
64	1	2	1	1	5	5	5	5	5	4	5	5	3
65	1	2	4	5	4	4	2	4	2	2	4	5	1
66	2	1	1	2	4	2	5	4	5	5	3	4	4
67	1	1	1	1	5	5	4	5	4	5	1	2	4
68	1	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
69	1	1	1	1	4	4	3	4	4	3	2	2	5
70	1	1	3	4	5	5	4	4	3	2	2	2	5
71	1	2	1	1	4	5	4	4	4	3	2	2	5
72	2	2	4	5	2	2	2	4	2	1	2	3	4
73	1	2	1	1	4	4	4	5	4	5	2	1	1
74	1	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
75	1	1	1	3	3	5	4	5	5	4	4	3	3
76	1	1	1	1	3	5	1	5	4	3	1	2	5
77	1	1	1	2	4	5	2	3	4	3	3	4	2
78	1	6	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	2	4	3	2	3	4	2	4	3	4	2	3	4
80	2	1	1	1	3	4	5	5	4	4	3	3	3
81	2	2	4	5	3	3	2	2	2	4	4	5	4
82	2	3	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4
83	1	3	3	3	3	4	4	5	4	2	2	3	2
84	2	2	1	1	5	5	4	4	4	5	4	4	3

DATA PENELITIAN

	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Q21	Q22	Q23
43	3	2	3	2	4	4	4	3	3	3	2	3	2	3
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	1
45	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	5	3	3	1	1	1	2	4	4	4	4	4	4	2
47	2	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
48	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3
49	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3
50	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	2	3	3
51	2	4	4	5	1	1	3	2	2	1	2	2	1	5
52	5	3	3	3	1	1	4	3	4	4	4	2	3	3
53	4	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2
54	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
55	5	4	5	3	4	2	3	3	4	3	4	4	3	4
56	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3
57	5	5	5	3	4	3	5	3	4	3	4	4	4	3
58	2	5	3	5	1	1	2	2	2	2	2	2	2	4
59	3	4	4	3	3	1	4	2	4	4	4	4	5	3
60	4	4	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2
61	5	2	2	5	3	3	2	4	4	4	4	4	4	3
62	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5
63	4	5	5	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	2
64	3	5	3	5	3	3	4	3	3	5	5	2	4	4
65	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	2
66	2	4	3	4	3	3	4	2	3	4	3	3	4	3
67	5	4	3	3	2	2	4	2	3	3	3	3	3	3
68	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3
69	1	3	3	3	1	2	4	3	1	3	3	3	3	3
70	5	2	1	3	2	1	4	1	1	1	1	1	1	2
71	4	3	2	3	2	2	4	1	1	1	1	1	1	3
72	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
73	5	4	3	4	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2
74	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
75	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
76	5	5	4	3	3	5	5	2	4	5	5	2	5	2
77	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
78	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3
79	3	4	3	3	2	2	3	3	3	4	4	3	4	3
80	3	3	3	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5
81	5	2	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2
82	4	4	5	3	4	5	2	2	3	2	4	4	5	4
83	4	3	4	2	5	3	4	3	4	3	3	3	4	3
84	4	5	5	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2

DATA PENELITIAN

	Q24	Q25	Q26	Q27	Q28	Q29	Q30	Q31	Q32	Q33	Q34	Q35	Q36	Q37
43	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3
44	4	2	3	2	2	5	2	2	2	2	2	1	3	2
45	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
46	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
47	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
49	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2
50	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	2	2	3	5
51	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	2	2	2	2
52	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3
53	4	2	3	4	4	4	2	4	3	4	2	2	3	2
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
55	5	2	4	1	2	2	4	3	4	2	2	2	3	2
56	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3
57	4	2	4	1	1	1	3	3	3	3	2	2	2	2
58	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4
59	4	4	3	4	5	5	4	3	4	5	3	3	3	2
60	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2
61	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
63	2	3	2	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	1
64	5	5	5	1	3	4	5	4	4	1	3	3	3	2
65	2	2	2	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
66	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	1	4	1
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
68	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5
69	3	3	3	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1
70	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
71	2	2	3	2	1	1	2	2	2	2	3	1	1	1
72	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	1	1	1
73	2	2	4	3	4	4	3	3	3	3	4	5	3	3
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4
76	5	1	3	1	2	4	2	2	5	3	2	3	1	1
77	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3
78	4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	3
79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
80	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	5
81	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4	2	2	1	1
82	4	4	5	5	5	3	4	4	5	4	4	4	5	5
83	5	4	5	3	5	4	3	4	5	3	3	5	5	4
84	3	3	4	3	5	4	3	4	3	3	3	3	3	3

DATA PENELITIAN

	Jenis_Kelamin	Usia	Pekerjaan	Penghasilan	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9
85	1	4	4	5	4	2	3	4	4	3	2	2	4
86	1	5	6	1	3	5	4	3	3	5	4	5	3
87	2	2	3	2	4	4	3	4	4	4	2	2	4
88	2	2	3	1	4	4	2	4	4	4	2	3	3
89	2	3	4	5	2	2	3	4	2	2	2	2	4
90	2	1	3	2	4	5	4	4	4	4	2	4	4
91	1	2	1	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5
92	1	1	1	4	5	5	5	5	5	5	2	3	3
93	1	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4
94	1	2	3	2	4	4	2	4	3	3	2	3	4
95	2	3	3	1	4	2	2	4	2	3	2	1	5
96	2	2	3	1	5	4	4	5	5	4	3	4	4
97	2	2	3	1	5	4	4	4	4	4	4	4	4
98	1	3	3	3	4	5	4	3	4	3	3	4	5
99	2	1	3	1	4	4	4	4	4	4	2	3	3
100	2	3	5	2	4	5	2	4	4	4	4	5	2
101	2	2	1	1	2	1	4	4	2	4	2	3	5
102	2	1	1	1	5	4	3	4	3	3	1	1	2
103	2	2	1	3	5	5	3	4	4	4	3	3	3
104	2	2	1	1	5	5	3	4	4	4	3	3	3
105	2	2	1	2	4	4	3	5	4	4	3	3	4
106	1	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4
107	2	1	3	1	4	4	2	4	4	4	2	3	3
108	1	3	3	5	5	3	4	5	4	3	4	4	5
109	2	1	1	1	3	4	4	3	5	4	4	5	4
110	1	4	2	5	3	4	3	5	2	2	4	5	3
111	2	6	4	5	3	5	4	3	3	3	5	3	4
112	2	2	3	2	3	4	2	4	3	5	5	4	5
113	1	1	1	2	3	4	3	2	3	2	3	4	5
114	2	6	4	5	3	2	2	5	4	3	4	5	4
115	2	4	4	5	4	5	3	5	5	5	4	5	4
116	2	2	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4
117	1	2	4	2	5	5	5	5	5	3	3	4	4
118	1	3	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	4
119	1	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4
120	1	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
121	2	2	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	2
122	2	4	3	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
123	2	2	3	3	4	3	3	3	3	4	1	2	2
124	1	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
125	2	2	4	2	5	5	5	5	5	4	4	4	3
126	2	2	3	2	4	3	2	3	3	2	3	3	4

DATA PENELITIAN

	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Q21	Q22	Q23
85	4	3	3	3	2	4	3	4	4	4	5	5	5	5
86	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5	4	3	4	3
87	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4
88	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	2
89	2	2	2	3	2	2	2	2	4	4	4	3	3	2
90	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4
92	4	3	3	3	3	3	5	1	3	3	4	4	3	3
93	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4
94	2	2	2	3	4	2	4	3	4	5	4	4	4	4
95	4	5	2	3	3	2	2	4	3	3	5	5	3	3
96	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4
97	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
98	4	4	5	3	3	4	5	4	5	3	3	4	5	5
99	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
100	3	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2	4
101	1	4	4	3	2	2	4	4	4	3	4	2	4	3
102	5	4	3	4	1	1	2	4	5	3	5	4	3	3
103	3	4	4	4	2	4	3	3	3	3	2	3	3	4
104	3	4	4	4	2	4	3	3	3	3	2	3	3	4
105	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
106	5	5	5	5	2	2	4	5	5	5	5	5	5	3
107	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
108	4	4	3	5	3	5	3	4	5	3	3	5	4	3
109	5	4	3	4	5	3	5	3	4	3	3	4	3	5
110	5	3	5	4	4	5	3	3	4	3	3	5	4	3
111	5	3	5	4	3	5	4	3	5	4	4	5	3	4
112	3	2	2	4	5	4	5	3	5	4	5	3	5	4
113	3	5	4	4	5	3	4	3	5	4	5	5	4	5
114	3	3	2	2	4	5	4	3	4	3	4	5	3	3
115	4	5	5	5	2	2	4	4	4	3	5	5	3	3
116	4	5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	3	3
117	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
118	5	4	4	4	3	2	3	1	2	3	4	3	3	3
119	4	5	5	4	5	3	4	5	4	3	4	4	5	4
120	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
121	5	4	2	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
122	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	3
123	5	4	4	3	2	2	3	1	2	3	3	3	3	3
124	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
125	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
126	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	2	3

DATA PENELITIAN

	Q24	Q25	Q26	Q27	Q28	Q29	Q30	Q31	Q32	Q33	Q34	Q35	Q36	Q37
85	5	5	4	1	1	1	5	5	5	5	4	4	4	5
86	5	4	5	4	3	4	3	4	4	5	3	4	3	2
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
88	4	4	2	4	4	4	2	3	4	4	2	2	2	2
89	4	3	3	1	1	1	2	3	3	3	2	2	2	2
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
91	4	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4
92	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	1	1	1
93	4	4	5	2	2	3	3	4	4	3	5	5	4	2
94	3	3	3	5	4	5	3	5	4	4	4	5	4	3
95	4	4	2	2	2	3	2	3	3	3	2	1	1	1
96	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	2	3	3
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
98	4	5	3	4	5	3	3	4	4	3	3	5	4	5
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
100	5	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	1	1
101	4	4	3	2	4	3	3	3	4	3	3	2	3	2
102	2	3	5	2	1	1	3	4	4	3	2	1	2	1
103	4	4	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2
104	4	4	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
106	5	4	3	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2
108	5	3	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	3	5
109	3	4	3	5	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3
110	5	4	5	3	2	4	4	3	5	4	3	5	4	3
111	3	5	3	3	3	5	3	4	3	5	3	3	5	4
112	5	3	4	3	5	3	3	4	5	3	3	4	5	5
113	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	2
114	3	3	5	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	5
115	5	2	3	2	4	4	3	4	4	4	5	5	3	2
116	5	4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	5	4	3
117	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
118	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2
119	5	4	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	3
120	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
121	4	4	5	2	2	5	3	4	4	5	5	5	5	4
122	5	4	5	3	3	4	4	5	4	5	4	4	3	3
123	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2
124	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
125	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
126	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4

DATA PENELITIAN

	Jenis_Kelamin	Usia	Pekerjaan	Penghasilan	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9
127	1	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
128	2	4	4	3	4	4	2	4	4	5	2	2	4
129	1	3	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5
130	1	4	3	2	4	5	1	2	4	4	1	1	4
131	2	3	5	5	4	4	4	3	3	5	1	2	4
132	2	3	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	2
133	2	3	3	4	2	2	1	3	3	3	1	2	4
134	2	3	3	5	4	4	3	4	4	3	4	4	2
135	2	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4
136	2	3	5	5	4	5	3	5	3	4	4	5	1
137	2	4	4	4	2	2	2	1	1	2	2	2	5
138	1	3	4	2	5	5	4	5	5	3	5	5	2
139	1	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	1
140	1	4	3	2	3	3	2	4	4	3	3	3	2
141	2	3	3	2	4	5	4	4	5	5	4	4	2
142	1	3	4	3	5	5	5	5	5	5	1	2	4
143	1	5	4	5	4	5	5	4	5	5	2	2	3
144	1	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	2
145	1	3	3	2	3	3	3	4	4	4	5	4	1
146	2	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2	1	4
147	2	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	3

DATA PENELITIAN

	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Q21	Q22	Q23
127	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5
128	4	5	4	4	2	2	4	4	4	4	5	5	4	4
129	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
130	5	4	4	4	1	1	4	4	4	4	5	5	4	4
131	5	4	4	4	2	2	3	4	4	3	4	4	4	5
132	3	4	4	5	3	3	4	5	5	5	5	5	4	3
133	5	4	4	2	2	2	3	4	4	2	4	4	2	2
134	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
135	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
136	2	5	5	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	2
137	5	2	2	2	1	1	3	4	4	3	4	4	3	2
138	2	5	5	5	4	4	4	4	4	2	5	5	4	4
139	1	5	4	5	4	5	5	5	4	3	4	5	3	5
140	2	4	4	4	3	3	5	2	2	2	2	2	1	3
141	5	3	3	4	2	2	5	4	4	5	5	5	4	3
142	4	4	4	5	4	4	5	2	2	3	4	4	3	4
143	3	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	3	5
144	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	4	4	4	3
145	1	4	4	5	5	5	5	3	3	3	5	5	4	4
146	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	5	5	2
147	3	5	5	5	3	3	3	4	5	4	5	4	4	4

DATA PENELITIAN

	Q24	Q25	Q26	Q27	Q28	Q29	Q30	Q31	Q32	Q33	Q34	Q35	Q36	Q37
127	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5
128	4	4	4	4	3	5	2	2	3	3	1	1	1	1
129	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
130	4	4	4	4	4	5	2	2	2	2	2	1	1	1
131	4	4	5	3	3	5	4	5	5	5	4	4	3	3
132	4	3	2	4	2	4	3	4	3	5	5	5	3	3
133	4	2	3	4	2	4	3	4	4	4	3	3	2	2
134	4	3	5	4	4	5	3	4	4	5	5	5	3	3
135	4	4	4	5	5	5	2	5	4	5	4	4	2	2
136	5	2	3	4	2	4	4	5	4	5	3	2	1	1
137	5	3	4	5	2	2	3	4	4	4	2	2	2	2
138	4	4	3	3	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4
139	4	5	4	5	5	4	3	5	5	4	5	5	3	3
140	4	4	3	2	3	2	2	4	4	4	4	4	1	1
141	4	5	5	2	4	3	4	4	5	5	5	5	3	3
142	4	3	3	3	4	4	5	3	4	5	5	5	4	3
143	5	3	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
144	5	3	4	2	2	4	2	5	3	5	4	4	4	4
145	5	4	4	3	4	5	3	4	5	5	5	5	4	3
146	5	2	2	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3
147	4	5	3	3	3	5	2	5	4	5	5	4	3	2

Reliability Endorser Attractiveness

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	147	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	147	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,809	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	18,82	12,845	,575	,779
Q2	18,83	12,471	,506	,793
Q3	19,39	11,734	,557	,782
Q4	18,74	12,590	,577	,777
Q5	18,98	11,226	,726	,741
Q6	19,18	12,516	,490	,796

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
22,79	16,962	4,119	6

Reliability Endorser Trustworthiness

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	147	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	147	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,343	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q7	10,61	4,254	,336	,076
Q8	10,29	4,373	,355	,064
Q9	10,15	5,786	,069	,401
Q10	9,81	6,114	,004	,467

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
13,62	7,484	2,736	4

Reliability Endorser Trustworthiness

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	147	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	147	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,881	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q7	3,33	1,372	,789	. ^a
Q8	3,01	1,520	,789	. ^a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
6,34	5,171	2,274	2

Reliability Endorser Expertise

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	147	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	147	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,811	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q11	17,64	13,794	,545	,787
Q12	17,83	13,074	,612	,772
Q13	17,77	13,823	,501	,796
Q14	18,44	12,289	,627	,768
Q15	18,46	11,770	,650	,763
Q16	17,86	14,310	,501	,796

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
21,60	18,283	4,276	6

Reliability Corporate Trustworthiness

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	147	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	147	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,840	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q17	7,21	2,839	,710	,771
Q18	6,95	2,655	,791	,688
Q19	7,10	3,388	,621	,853

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
10,63	6,167	2,483	3

Reliability Corporate Expertise

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	147	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	147	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,840	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q20	7,50	2,827	,778	,706
Q21	7,59	2,791	,716	,767
Q22	7,84	3,165	,625	,851

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11,46	6,100	2,470	3

Reliability Attitude toward the Ad

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	147	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	147	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,821	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q23	21,08	17,144	,629	,785
Q24	20,61	18,773	,455	,814
Q25	21,03	17,451	,623	,787
Q26	20,88	18,144	,531	,802
Q27	21,20	17,872	,495	,809
Q28	21,04	16,752	,627	,785
Q29	20,85	17,293	,577	,794

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
24,45	23,304	4,827	7

Reliability Attitude toward the Brand

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	147	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	147	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,856	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q30	10,84	6,188	,582	,865
Q31	10,43	5,630	,770	,788
Q32	10,48	5,717	,755	,795
Q33	10,46	5,579	,703	,817

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14,07	9,804	3,131	4

Reliability Purchase Intentions

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	147	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	147	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,889	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q34	9,25	10,573	,710	,874
Q35	9,32	8,986	,796	,842
Q36	9,52	9,580	,799	,841
Q37	9,69	9,627	,728	,868

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
12,59	16,613	4,076	4

Descriptive

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
endorser attractiveness	147	1,67	5,00	3,7982	,68642
endorser trustworthiness	147	1,00	5,00	3,1701	1,13701
endorser expertise	147	1,83	5,00	3,5998	,71264
corporate trustworthiness	147	1,00	5,00	3,5420	,82780
corporate expertise	147	1,00	5,00	3,8209	,82325
attitude toward the ad	147	1,00	5,00	3,4927	,68963
attitude toward the brand	147	1,00	5,00	3,5170	,78277
purchase intentions	147	1,00	5,00	3,1480	1,01898
Valid N (listwise)	147				

Frequency Table

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	72	49,0	49,0	49,0
Perempuan	75	51,0	51,0	100,0
Total	147	100,0	100,0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 16-20	25	17,0	17,0	17,0
21-25	55	37,4	37,4	54,4
26-30	30	20,4	20,4	74,8
31-35	21	14,3	14,3	89,1
36-40	10	6,8	6,8	95,9
>40	6	4,1	4,1	100,0
Total	147	100,0	100,0	

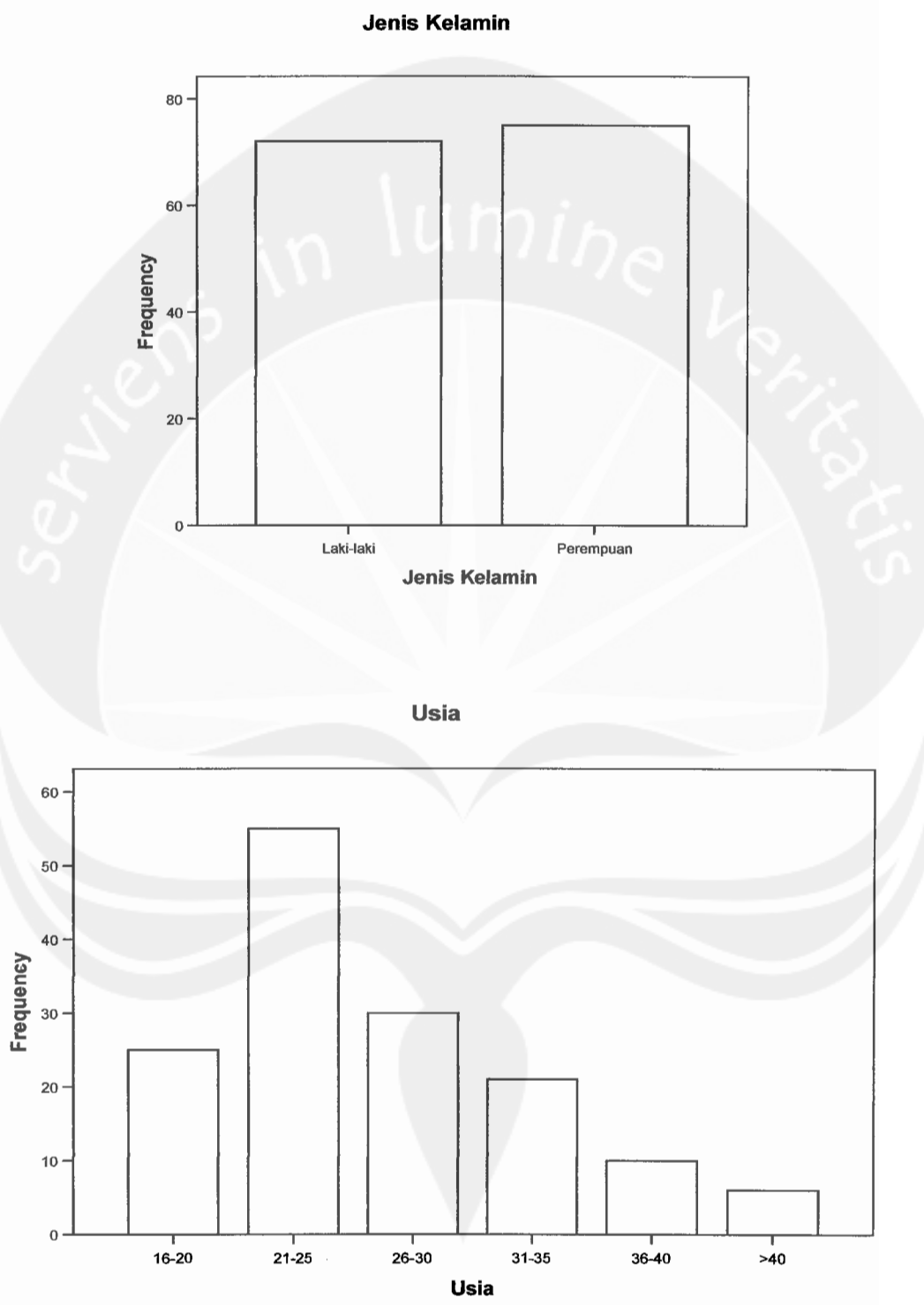
Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	48	32,7	32,7	32,7
	Pegawai Negeri	6	4,1	4,1	36,7
	Karyawan	46	31,3	31,3	68,0
	Wiraswasta	41	27,9	27,9	95,9
	Ibu Rumah Tangga	5	3,4	3,4	99,3
	Guru	1	,7	,7	100,0
	Total	147	100,0	100,0	

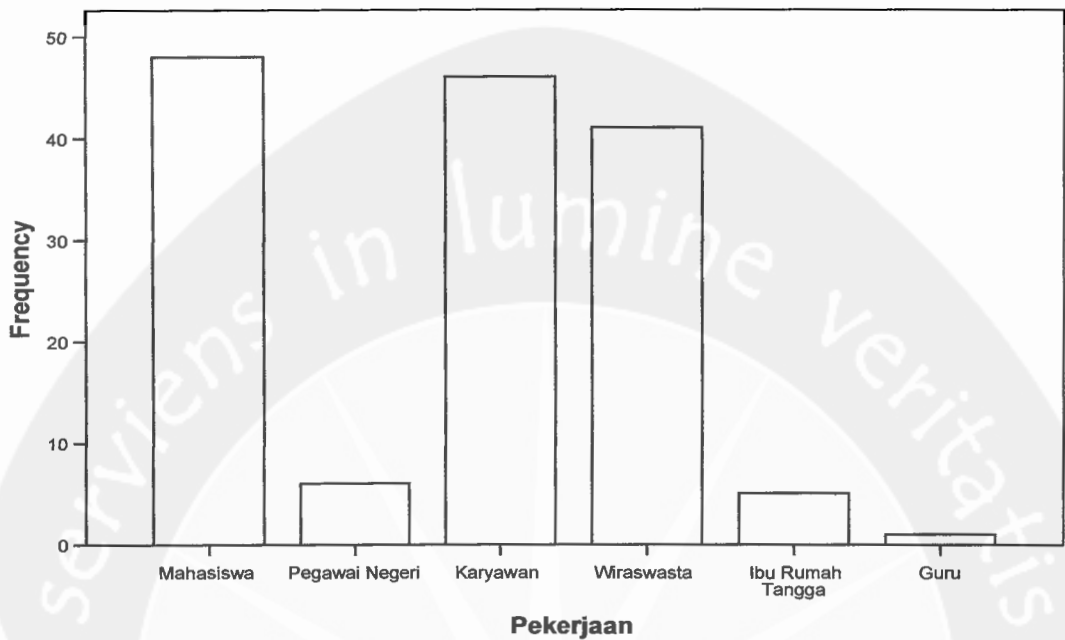
Penghasilan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp. 500.000,00	37	25,2	25,2	25,2
	> Rp. 500.000,00 - Rp. 1.000.000,00	38	25,9	25,9	51,0
	> Rp. 1.000.000,00 - Rp. 1.500.000,00	16	10,9	10,9	61,9
	> Rp. 1.500.000,00 - Rp. 2.000.000,00	17	11,6	11,6	73,5
	> Rp. 2.000.000,00	39	26,5	26,5	100,0
	Total	147	100,0	100,0	

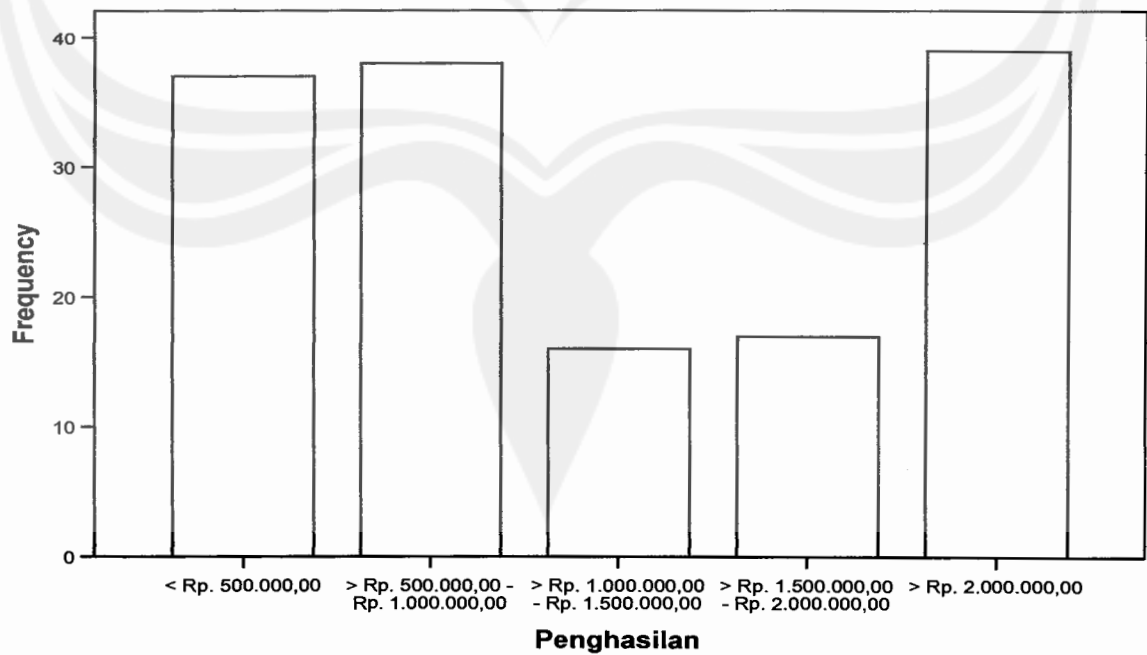
Bar Chart



Pekerjaan



Penghasilan



Regression (Attitude toward the Ad)

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	corporate expertise, endorser attractiveness, endorser trustworthiness, endorser expertise, corporate trustworthiness ^a		Enter

- a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: attitude toward the ad

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,650 ^a	,422	,402	,53340

- a. Predictors: (Constant), corporate expertise, endorser attractiveness, endorser trustworthiness, endorser expertise, corporate trustworthiness

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29,320	5	5,864	20,610	,000 ^a
	Residual	40,116	141	,285		
	Total	69,436	146			

- a. Predictors: (Constant), corporate expertise, endorser attractiveness, endorser trustworthiness, endorser expertise, corporate trustworthiness
b. Dependent Variable: attitude toward the ad

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,765	,298		2,567	,011
	endorser attractiveness	,222	,080	,221	2,776	,006
	endorser trustworthiness	,148	,045	,245	3,300	,001
	endorser expertise	,090	,091	,093	,989	,324
	corporate trustworthiness	,224	,091	,269	2,466	,015
	corporate expertise	,077	,092	,092	,839	,403

a. Dependent Variable: attitude toward the ad

Regression (Attitude toward the Brand)

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	attitude toward the ad, corporate expertise, corporate trustworthiness	.	Enter

- a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: attitude toward the brand

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,656 ^a	,430	,418	,59707

- a. Predictors: (Constant), attitude toward the ad, corporate expertise, corporate trustworthiness

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38,479	3	12,826	35,979	,000 ^a
	Residual	50,979	143	,356		
	Total	89,457	146			

- a. Predictors: (Constant), attitude toward the ad, corporate expertise, corporate trustworthiness
b. Dependent Variable: attitude toward the brand

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,670	,285		2,352	,020
	corporate trustworthiness	,104	,103	,110	1,013	,313
	corporate expertise	,106	,101	,111	1,050	,295
	attitude toward the ad	,594	,084	,523	7,105	,000

a. Dependent Variable: attitude toward the brand

Regression (Purchase Intentions)

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	attitude toward the brand, corporate expertise, attitude toward the ad, corporate trustworthiness		Enter

- a. All requested variables entered.
- b. Dependent Variable: purchase intentions

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,775 ^a	,600	,589	,65334

- a. Predictors: (Constant), attitude toward the brand, corporate expertise, attitude toward the ad, corporate trustworthiness

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	90,981	4	22,745	53,285	,000 ^a
	Residual	60,614	142	,427		
	Total	151,594	146			

- a. Predictors: (Constant), attitude toward the brand, corporate expertise, attitude toward the ad, corporate trustworthiness
- b. Dependent Variable: purchase intentions

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,074	,318		-3,380	,001
	corporate trustworthiness	,081	,113	,066	,723	,471
	corporate expertise	,075	,111	,061	,680	,498
	attitude toward the ad	,347	,106	,235	3,259	,001
	attitude toward the brand	,692	,092	,532	7,567	,000

a. Dependent Variable: purchase intentions

T-Test (Endorser Attractiveness)

Group Statistics

		Jenis Kelamin		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
endorser attractiveness		Laki-laki	Perempuan				
		72	75	3,9722	,64580	,07611	
				3,6311	,68680	,07930	

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
endorser attractiveness	Equal variances assumed	,000	,990	3,099	145	,002	,34111	,11006	,12359	,55863
	Equal variances not assumed			3,103	144,939	,002	,34111	,10992	,12386	,55836

T-Test (Endorser Trustworthiness)

Group Statistics

		Jenis Kelamin		N		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
endorser trustworthiness	Laki-laki			72		3,0347	1,21992	,14377
	Perempuan			75		3,3000	1,04299	,12043

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means									
		Levene's Test for Equality of Variances									
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
										Lower	Upper
endorser trustworthiness	Equal variances assumed	5,282	,023	-1,419	145	,158	-,26528	,18695		-,63478	,10422
	Equal variances not assumed			-1,414	139,635	,159	-,26528	,18755		-,63608	,10552

T-Test (Corporate Trustworthiness)

Group Statistics

		Jenis Kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
corporate trustworthiness	Laki-laki		72	3,5139	,94767	,11168
	Perempuan		75	3,5689	,69915	,08073

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
corporate trustworthiness	Equal variances assumed	4,529	,035	-,402	145	,689	-,05500	,13697	Lower	-,32572
	Equal variances not assumed			-,399	130,418	,690	-,05500	,13781	Upper	,21572

T-Test (Corporate Expertise)

Group Statistics

	Jenis Kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
corporate expertise Laki-laki		72	3,8426	,94110	,11091
Perempuan		75	3,8000	,69749	,08054

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
corporate expertise	2,642	,106	,313	145	,755	,04259	,13625	-22670	,31189
Equal variances assumed									
Equal variances not assumed			,311	130,741	,756	,04259	,13707	-22856	,31375