

LAMPIRAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





LAMPIRAN 1 PRA KUESIONER

Responden yang terhormat,

Saya Oscar Lana selaku mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Program Studi Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi *Marketing Communication*. Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Pesan Iklan Televisi Situs Belanja Elevenia Terhadap Sikap Pembelian Pada Mahasiswa”.

Jawaban yang Anda berikan merupakan alat pengumpulan data yang sangat penting untuk keberhasilan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi sebagai tugas akhir.

Atas kesediaan waktu dan informasi yang Anda berikan, saya ucapkan terima kasih.

PETUNJUK PENGISIAN:

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang menurut Anda paling sesuai.

I. Profil Responden

1. Jenis Kelamin:

a. Pria

b. Wanita

2. Usia:

a. < 17 tahun

b. 17-20 tahun

c. 21-24 tahun

d. > 24 tahun



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

3. Uang saku (per minggu):
 - a. < Rp 100.000
 - b. Rp 100.000 – Rp 200.000
 - c. Rp 200.000 – Rp 300.000
 - d. > Rp 300.000
4. Seberapa sering anda melihat iklan Elevenia di televisi?
 - a. 1 kali per minggu
 - b. 1-5 kali per minggu
 - c. 5-7 kali per minggu
 - d. > 7 kali per minggu
5. Iklan Elevenia apa yang paling sering anda lihat di televisi?
 - a. Versi Raisa Ketemu Preman
 - b. Versi Mudik Bareng Andik
 - c. Versi Juju Beli Baju Baru
 - d. Lainnya, _____

PETUNJUK PENGISIAN:

Berilah tanda (√) pada jawaban yang menurut Anda paling sesuai.

- | | | | | |
|---|--|---------------|-------|--------|
| 5 | | Sangat Setuju | | |
| 4 | | Setuju | | |
| 3 | | Biasa Saja | | |
| 2 | | Tidak Setuju | | |
| 1 | | Sangat | Tidak | Setuju |

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Pesan Iklan Situs Belanja Elevenia (Variabel X)

Isi Pesan (X₁)

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Iklan Elevenia menggunakan bahasa yang baik dan benar sehingga mudah dipahami.					
2	Iklan Elevenia menggunakan kata-kata yang kreatif dalam mengiklankan situs belanja Elevenia.					
3	Isi pesan iklan Elevenia sudah cukup jelas menyampaikan keunggulan-keunggulan dari situs belanja <i>online</i> tersebut.					
4	Iklan memberikan informasi yang memudahkan dalam pengaplikasian situs belanja Elevenia.					
5	Iklan Elevenia menggunakan tema dan ilustrasi cerita yang menarik sehingga memotivasi responden untuk menggunakan situs belanja <i>online</i> Elevenia.					

Struktur Pesan (X₂)

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Penyampaian pesan di iklan logis dan tidak berlebihan.					
2	Pesan yang disampaikan mudah dicerna.					
3	Penyajian pesan pada iklan Elevenia memiliki alur cerita yang mengalir.					
4	Penyajian pesan pada iklan Elevenia terorganisir dengan baik.					
5	Penyajian pesan iklan Elevenia jelas dalam mengarahkan audiens untuk melakukan transaksi pembelian pada situs tersebut.					

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

LAMPIRAN 2

Data Coding Pra Kuesioner Variabel X

No.	Bahasa	Isi pesan	Inform	Tema	Logis	Di-cerna	Alur	Pesan	Arah-kan	Warna	Animasi	Musik	Endorser	Suara	Mudah	Mengerti	Per-suasi
1	3	4	5	4	5	4	5	5	3	5	5	4	4	4	4	5	5
2	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3
3	4	4	5	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3
4	4	4	3	4	4	4	2	3	5	5	4	3	3	4	4	4	3
5	4	5	4	4	2	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3
6	3	4	3	5	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3
7	3	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
8	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	3
9	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
10	4	4	4	3	4	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3
11	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	5	3	5	3	4	3	3
12	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	3	4
13	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2

1. Dilarang menyalin atau mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis ini tanpa menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan
 b. Pengutipan tidak merugikan pihak yang di kutip.
 2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
 tanpa izin IBIKKG.



14	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4
15	3	3	4	3	4	4	3	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3
16	4	5	4	5	3	3	4	5	4	3	4	3	4	5	3	4	4	5
17	4	5	3	4	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5
18	3	4	5	3	3	2	3	3	4	4	5	3	4	5	3	4	4	4
19	3	5	4	3	5	5	3	4	4	5	3	5	4	3	4	3	4	5
20	3	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4
21	2	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	2	3	4	4	4
22	3	4	4	3	4	5	4	4	3	4	3	4	3	4	5	5	4	4
23	3	4	2	3	3	3	4	2	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4
24	4	3	4	2	2	3	2	2	3	3	4	4	5	4	4	3	3	5
25	3	4	5	3	3	4	3	3	4	4	5	5	4	3	3	2	4	4
26	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3
27	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
28	4	3	3	3	4	5	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4
29	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4
30	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Data Coding Pra Kuesioner Variabel Y

No.	Cara	Dijual	Bagus	Terhibur	Banyak	Positif	Suka	Muncul	Lagi	Keluarga
1	4	3	5	4	5	3	4	4	4	5
2	4	4	5	3	3	4	4	3	3	3
3	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4
4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3
5	3	5	5	5	4	4	4	5	5	5
6	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
7	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
8	3	3	5	5	4	5	5	4	3	5
9	3	4	5	3	4	3	4	3	3	4
10	3	4	3	3	3	2	3	2	2	2
11	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3
13	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3
14	4	3	3	3	3	3	5	3	3	3
15	5	5	3	3	3	5	3	3	3	3
16	3	4	5	3	4	5	4	4	4	3
17	4	3	3	3	3	4	4	5	4	2
18	3	5	5	3	4	3	5	4	5	3
19	5	3	4	2	3	3	4	3	2	3
20	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2
21	4	3	4	4	4	2	3	3	3	3
22	3	4	4	4	4	3	3	4	5	3
23	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4
24	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4
25	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3
26	4	3	4	4	3	4	3	4	4	5
27	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4
28	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3
29	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
30	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Ditayang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LAMPIRAN 3

VALIDITAS PRA KUESIONER



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Validitas Variabel X

Hasil Uji Validitas Variabel Pesan Iklan (Isi Pesan)

Correlations

	bahasa	kata	isipesan	inform	tema	sumX1
Pearson Correlation	1	.379*	.091	.303	-.085	.588**
Sig. (2-tailed)		.039	.634	.104	.657	.001
N	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.379*	1	.176	.327	.065	.669**
Sig. (2-tailed)	.039		.351	.078	.734	.000
N	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.091	.176	1	.205	.111	.531**
Sig. (2-tailed)	.634	.351		.277	.560	.003
N	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.303	.327	.205	1	.153	.709**
Sig. (2-tailed)	.104	.078	.277		.419	.000
N	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	-.085	.065	.111	.153	1	.406*
Sig. (2-tailed)	.657	.734	.560	.419		.026
N	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.588**	.669**	.531**	.709**	.406*	1
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.003	.000	.026	
N	30	30	30	30	30	30

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

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hasil Uji Validitas Variabel Pesan Iklan (Struktur Pesan)

Correlations

	logis	dicerna	alur	pesan	arahkan	sumX2	
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang							
logis	Pearson Correlation	1	-.014	.219	.059	.090	.513**
	Sig. (2-tailed)		.943	.245	.758	.636	.004
	N	30	30	30	30	30	30
dicerna	Pearson Correlation	-.014	1	.187	.156	.491**	.619**
	Sig. (2-tailed)		.943	.322	.411	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30
alur	Pearson Correlation	.219	.187	1	.346	-.140	.607**
	Sig. (2-tailed)		.245	.322	.061	.459	.000
	N	30	30	30	30	30	30
pesan	Pearson Correlation	.059	.156	.346	1	.221	.584**
	Sig. (2-tailed)		.758	.411	.061	.241	.001
	N	30	30	30	30	30	30
arahkan	Pearson Correlation	.090	.491**	-.140	.221	1	.535**
	Sig. (2-tailed)		.636	.006	.459	.241	.002
	N	30	30	30	30	30	30
sumX2	Pearson Correlation	.513**	.619**	.607**	.584**	.535**	1
	Sig. (2-tailed)		.004	.000	.000	.001	.002
	N	30	30	30	30	30	30

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hasil Uji Validitas Variabel Pesan Iklan (Format Pesan)

Correlations

		warna	animasi	musik	endorser	suara	sumx3
warna	Pearson Correlation	1	.146	.242	-.033	.080	.501**
	Sig. (2-tailed)		.441	.198	.863	.675	.005
	N	30	30	30	30	30	30
animasi	Pearson Correlation	.146	1	.105	.179	.307	.582**
	Sig. (2-tailed)	.441		.581	.343	.099	.001
	N	30	30	30	30	30	30
musik	Pearson Correlation	.242	.105	1	.358	.255	.668**
	Sig. (2-tailed)	.198	.581		.052	.174	.000
	N	30	30	30	30	30	30
endorser	Pearson Correlation	-.033	.179	.358	1	.077	.582**
	Sig. (2-tailed)	.863	.343	.052		.684	.001
	N	30	30	30	30	30	30
suara	Pearson Correlation	.080	.307	.255	.077	1	.566**
	Sig. (2-tailed)	.675	.099	.174	.684		.001
	N	30	30	30	30	30	30
sumx3	Pearson Correlation	.501**	.582**	.668**	.582**	.566**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	.001	.000	.001	.001	
	N	30	30	30	30	30	30

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hasil Uji Validitas Variabel Pesan Iklan (Gaya Pesan)

Correlations

		mudah	mengerti	persuasi	sumx4
mudah	Pearson Correlation	1	.282	.122	.641**
	Sig. (2-tailed)		.131	.522	.000
	N	30	30	30	30
mengerti	Pearson Correlation	.282	1	.471**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.131		.009	.000
	N	30	30	30	30
persuasi	Pearson Correlation	.122	.471**	1	.760**
	Sig. (2-tailed)	.522	.009		.000
	N	30	30	30	30
sumx4	Pearson Correlation	.641**	.775**	.760**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis atau tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Validitas Variabel Y

Hasil Uji Validitas Variabel Sikap Pembelian (Kognitif)

Correlations

	cara	dijual	bagus	sumY1
Pearson Correlation	1	.054	.033	.590**
Sig. (2-tailed)		.778	.862	.001
N	30	30	30	30
Pearson Correlation	.054	1	.209	.642**
Sig. (2-tailed)	.778		.267	.000
N	30	30	30	30
Pearson Correlation	.033	.209	1	.662**
Sig. (2-tailed)	.862	.267		.000
N	30	30	30	30
Pearson Correlation	.590**	.642**	.662**	1
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	
N	30	30	30	30

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hasil Uji Validitas Variabel Sikap Pembelian (Afektif)

Correlations

		bagus	terhibur	banyak	positif	sumY2
bagus	Pearson Correlation	1	.424*	.378*	.349	.571**
	Sig. (2-tailed)		.020	.040	.058	.001
	N	30	30	30	30	30
terhibur	Pearson Correlation	.424*	1	.472**	.375*	.745**
	Sig. (2-tailed)	.020		.008	.041	.000
	N	30	30	30	30	30
banyak	Pearson Correlation	.378*	.472**	1	.211	.661**
	Sig. (2-tailed)	.040	.008		.264	.000
	N	30	30	30	30	30
positif	Pearson Correlation	.349	.375*	.211	1	.739**
	Sig. (2-tailed)	.058	.041	.264		.000
	N	30	30	30	30	30
sumY2	Pearson Correlation	.571**	.745**	.661**	.739**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hasil Uji Validitas Variabel Sikap Pembelian (Konatif)

Correlations

		muncul	lagi	keluarga	sumY3
Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Pearson Correlation	1	.740**	.470**	.887**
	Sig. (2-tailed)		.000	.009	.000
	N	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.740**	1	.314	.829**
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	Sig. (2-tailed)		.000	.091	.000
	N	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.470**	.314	1	.743**
	Sig. (2-tailed)		.009	.091	.000
keluarga	N	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.887**	.829**	.743**	1
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis atau tanpa izin memencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LAMPIRAN 4

RELIABILITAS PRA KUESIONER



Hak cipta dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Reliabilitas Variabel X

Hasil Uji Validitas Variabel Pesan Iklan (Isi Pesan, Struktur Pesan, Format Pesan, Gaya Pesan)

Case Processing Summary

	N	%
Valid	30	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.800	18

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Reliabilitas Variabel Y

Hasil Uji Validitas Variabel Sikap Pembelian (Afektif, Kognitif, Konatif)

Case Processing Summary

	N	%
Valid	30	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.794	10

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

LAMPIRAN 5

KUESIONER

Responden yang terhormat,

Saya Oscar Lana selaku mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Program Studi Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi *Marketing Communication*. Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Pesan Iklan Televisi Situs Belanja Elevenia Terhadap Perubahan Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Pembelian Pada Mahasiswa”.

Jawaban yang Anda berikan merupakan alat pengumpulan data yang sangat penting untuk keberhasilan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi sebagai tugas akhir.

Atas kesediaan waktu dan informasi yang Anda berikan, saya ucapkan terima kasih.

PETUNJUK PENGISIAN:

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang menurut Anda paling sesuai.

II. Profil Responden

1. Jenis Kelamin:

c. Pria

d. Wanita

2. Usia:

e. < 17 tahun

f. 17-20 tahun

g. 21-24 tahun

h. > 24 tahun





3. Uang saku (per minggu):
- e. < Rp 100.000
 - f. Rp 100.000 – Rp 200.000
 - g. Rp 200.000 – Rp 300.000
 - h. > Rp 300.000
4. Seberapa sering anda melihat iklan Elevenia di televisi?
- e. 1 kali per minggu
 - f. 1-5 kali per minggu
 - g. 5-7 kali per minggu
 - h. > 7 kali per minggu
5. Iklan Elevenia apa yang paling sering anda lihat di televisi?
- e. Versi Raisa Ketemu Preman
 - f. Versi Mudik Bareng Andik
 - g. Versi Juju Beli Baju Baru
 - h. Lainnya, _____

PETUNJUK PENGISIAN:

Berilah tanda (√) pada jawaban yang menurut Anda paling sesuai.

- 5 || Sangat Setuju
- 4 || Setuju
- 3 || Biasa Saja
- 2 || Tidak Setuju
- 1 || Sangat Tidak Setuju

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan Sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Pesan Iklan Situs Belanja Elevenia (Variabel X)

Isi Pesan (X₁)

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Iklan Elevenia menggunakan bahasa yang baik dan benar sehingga mudah dipahami.					
2	Iklan Elevenia menggunakan kata-kata yang kreatif dalam mengiklankan situs belanja Elevenia.					
3	Isi pesan iklan Elevenia sudah cukup jelas menyampaikan keunggulan-keunggulan dari situs belanja <i>online</i> tersebut.					
4	Iklan memberikan informasi yang memudahkan dalam pengaplikasian situs belanja Elevenia.					
5	Iklan Elevenia menggunakan tema dan ilustrasi cerita yang menarik sehingga memotivasi responden untuk menggunakan situs belanja <i>online</i> Elevenia.					

Struktur Pesan (X₂)

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Penyampaian pesan di iklan logis dan tidak berlebihan.					
2	Pesan yang disampaikan mudah dicerna.					
3	Penyajian pesan pada iklan Elevenia memiliki alur cerita yang mengalir.					
4	Penyajian pesan pada iklan Elevenia terorganisir dengan baik.					
5	Penyajian pesan iklan Elevenia jelas dalam mengarahkan audiens untuk melakukan transaksi pembelian pada situs tersebut.					

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Format Pesan (X3)

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Iklan situs belanja Elevenia menggunakan gambar dan warna yang menarik perhatian.					
2	Iklan situs belanja Elevenia menggunakan teknologi animasi yang menarik dan unik.					
3	Iklan situs belanja Elevenia menggunakan musik yang menarik dan enak didengar.					
4	Iklan situs belanja Elevenia menampilkan artis <i>endorser</i> yang menarik.					
5	Desain iklan Elevenia memiliki kualitas suara yang bagus sehingga dapat didengar dengan jelas.					

Gaya Pesan (X4)

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Pemakaian kata-kata yang mudah dicerna oleh audiens.					
2	Pemakaian kata-kata dalam pesan iklan mudah dimengerti.					
3	Pemakaian kata-kata dalam pesan iklan mempersuasi audiens untuk bertransaksi di situs belanja Elevenia.					

4. Sikap Pembelian (Y)

Aspek Kognitif (Y₁)

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Iklan Elevenia memberikan pengetahuan tentang bagaimana cara berbelanja melalui situs <i>online</i> .					
2	Iklan Elevenia memberikan informasi mengenai barang-barang yang dijual.					
3	Iklan tersebut menunjukkan bahwa Elevenia adalah situs belanja online yang bagus dan terpercaya.					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Aspek Afektif (Y₂)

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya merasa terhibur setelah menonton iklan televisi Elevenia.					
2	Setelah menonton iklan televisi Elevenia, saya merasa penasaran untuk mengetahui lebih banyak tentang situs belanja <i>online</i> Elevenia.					
3	Iklan Elevenia di televisi menimbulkan perasaan positif terhadap barang-barang yang dijual melalui situs belanja <i>online</i> Elevenia.					
4	Saya merasa suka dan tertarik dengan situs belanja <i>online</i> Elevenia setelah melihat iklannya.					

Aspek Konatif (Y₃)

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Setelah menonton iklan Elevenia di televisi, muncul keinginan untuk melakukan transaksi pembelian di Elevenia.					
2	Setelah menonton iklan televisi Elevenia, saya berencana untuk melakukan transaksi pembelian lagi di Elevenia suatu waktu nanti.					
3	Saya ingin mengajak keluarga atau teman untuk melakukan transaksi pembelian di situs belanja <i>online</i> Elevenia.					

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LAMPIRAN 6

Data Coding Kuesioner Variabel X

No	Bahasa	Kata	Isi pesan	Inform	Tema	Logis	Di-cerna	Alur	Pesan	Arah-kan	Warna	Animasi	Musik	Endorser	Suara	Mudah	Me-ngerti	Per-suasi
1	4	4	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	3	3	3	4
2	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	3	3	4	3	4	4	4
3	5	5	4	5	5	4	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	3
4	3	3	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	3	5	3	4	4	4
5	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	5	4	3	3	3
6	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4
7	3	3	2	2	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	3	3	3
8	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	5	4	3	4	4
9	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4
10	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3
11	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4
12	3	4	5	4	4	3	5	5	4	4	3	4	3	5	3	3	3	4
13	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
14	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4
15	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3



Hak cipta

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis, ini tanpa mencantumkan sumber dan menyebutkan sumber:
 a. Pelanggaran hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan
 b. Penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 2. Dilarang menggunakan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
 tanpa izin IBIKKG.



16	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	3	3	4	5	4	3	3	3
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4
18	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4
19	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4
20	4	3	4	2	3	3	3	4	3	2	2	2	2	4	2	3	3	3
21	3	3	3	4	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4	4
22	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4
23	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	5	3	3	3	4
24	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3	3	4	4	5
25	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4
26	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	5	4
27	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	2	2	3
28	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3
29	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	3
30	4	4	4	4	3	4	5	3	3	4	4	4	3	5	3	3	3	3
31	4	4	4	3	2	3	3	3	3	2	4	4	3	5	3	3	3	3
32	4	4	4	3	3	2	3	4	4	3	2	2	2	2	3	3	3	3
33	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4
34	4	5	4	5	3	3	4	3	3	4	5	3	5	5	5	4	4	5
35	3	4	4	4	3	4	5	5	3	4	3	4	5	5	5	4	3	3



36	3	3	4	5	3	2	3	4	3	2	3	2	3	2	3	3	4	3
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3
38	3	4	4	3	4	4	4	2	3	5	4	4	3	3	4	4	4	3
39	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	5	3	3	3
40	2	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3
41	4	4	5	5	3	4	4	3	3	3	4	5	3	5	3	4	3	3
42	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	5	3	3	4
43	4	3	4	3	3	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4
44	3	2	2	4	4	3	2	3	4	4	2	2	3	4	3	2	3	2
45	4	5	5	3	4	3	5	5	4	3	4	3	2	4	2	3	3	2
46	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3
47	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3
48	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	5	3	4	4	3
49	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	5	4	4	3	3
50	3	2	3	3	3	5	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4
51	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3
52	3	3	3	3	4	3	4	5	4	3	4	4	2	5	4	4	4	3
53	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3	3	3
54	5	5	3	5	5	5	5	5	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	3	5	3	3

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Dilarang mengutip, menyalin, atau menjiplak seluruh atau sebagian isi dari karya tulis ini tanpa menyebutkan sumber. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penerjemahan, atau untuk keperluan lain. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.



56	3	3	3	5	3	3	3	3	3	4	4	3	4	5	4	4	3	3
57	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	3	3	4
58	4	3	3	3	4	4	3	3	5	4	3	3	4	4	5	3	4	3
59	4	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
60	3	4	4	4	4	4	3	3	5	4	3	4	3	4	4	5	4	3
61	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	5	3
62	4	3	4	4	4	4	5	5	3	4	4	3	2	4	3	3	4	5
63	3	3	4	5	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4
64	4	5	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	5	4	3
65	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	5	3	3	5	5	4	5	4
66	5	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	5	4	4	3
67	5	4	3	5	4	4	4	3	5	5	5	4	4	5	4	5	3	4
68	2	3	2	2	3	3	5	3	4	4	4	4	3	5	4	3	4	3
69	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4
70	4	3	3	4	4	5	3	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	5
71	3	4	4	5	3	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4
72	4	3	3	4	3	3	3	3	5	4	3	3	4	5	4	3	3	4
73	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	4	3	4

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Data Coding Kuesioner Variabel Y

No.	Cara	Di- jual	Bagus	Terhibur	Banyak	Positif	Suka	Muncul	Lagi	Keluarga
1	3	4	5	4	3	4	4	4	3	4
2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	5	4	4	4	4	4	3
4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4
5	3	2	4	5	3	3	4	4	4	4
6	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
7	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5
8	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5
10	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3
11	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3
12	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4
13	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4
14	3	4	3	5	4	4	5	5	5	5
15	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3
16	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4
17	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4
18	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
19	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5
20	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3
21	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5
22	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4
23	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3
24	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
25	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4
27	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
28	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4
29	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
30	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



31	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3
32	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
33	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
34	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5
35	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3
36	2	3	2	4	3	4	5	4	4	4
37	3	4	3	5	4	4	5	3	3	3
38	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4
39	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3
40	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3
41	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4
42	3	2	3	3	4	4	4	4	4	5
43	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3
44	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3
45	4	4	4	3	3	4	5	4	4	3
46	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4
47	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4
48	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4
49	3	3	3	5	4	4	2	4	5	4
50	3	4	4	5	5	3	3	4	4	3
51	4	3	4	5	4	4	4	5	3	4
52	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3
53	3	3	3	5	4	4	5	4	4	5
54	4	4	2	4	4	5	4	4	5	4
55	3	4	3	5	4	4	4	5	4	3
56	4	5	3	4	3	3	3	3	4	3
57	4	4	3	3	4	4	2	3	3	4
58	3	4	3	4	3	3	3	4	3	5
59	2	5	4	4	4	4	4	3	4	4
60	3	4	5	3	3	3	4	3	4	3
61	3	3	5	4	4	4	3	3	4	4
62	2	3	4	5	5	4	2	4	5	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

63	3	4	3	4	4	5	3	3	4	4
64	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3
65	3	4	3	3	4	3	4	5	4	3
66	3	5	4	4	3	3	3	5	4	4
67	3	4	3	4	4	3	2	4	4	5
68	4	3	2	3	5	2	3	3	3	4
69	3	4	3	4	4	3	3	4	4	5
70	3	5	3	5	3	3	3	5	4	4
71	4	4	4	3	3	4	2	3	3	5
72	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
73	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LAMPIRAN 7

Hasil Pengolahan Data Karakteristik Responden

© Hak cipta milik IBI KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Jenis Kelamin

kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid pria	43	58.9	58.9	58.9
Valid wanita	30	41.1	41.1	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Usia

usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17-20 tahun	19	26.0	26.0	26.0
Valid 21-24 tahun	43	58.9	58.9	84.9
Valid > 24 tahun	11	15.1	15.1	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Uang Saku per Minggu

uang

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rp 100.000 - Rp 200.000	1	1.4	1.4	1.4
Valid Rp 200.000 - Rp 300.000	16	21.9	21.9	23.3
Valid > Rp 300.000	56	76.7	76.7	100.0
Total	73	100.0	100.0	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Intensitas Melihat Iklan Elevenia

melihat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 kali per minggu	1	1.4	1.4	1.4
1-5 kali per minggu	21	28.8	28.8	30.1
5-7 kali per minggu	25	34.2	34.2	64.4
> 7 kali per minggu	26	35.6	35.6	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Iklan Yang Paling Sering Dilihat

sering

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid versi raisa ketemu preman	16	21.9	21.9	21.9
versi mudik bareng andik	33	45.2	45.2	67.1
versi juju beli baju baru	24	32.9	32.9	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LAMPIRAN 8

TABEL FREKUENSI PESAN IKLAN (X)

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Dimensi Isi Pesan

Iklan Elevenia menggunakan bahasa yang baik dan benar sehingga mudah dipahami.

Statistics

bahasa

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.58

bahasa

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	4	5.3	5.5
	biasa saja	29	38.7	45.2
	setuju	34	45.3	91.8
	sangat setuju	6	8.0	100.0
Total	73	97.3	100.0	
Missing	System	2	2.7	
Total	75	100.0		

Iklan Elevenia menggunakan kata-kata yang kreatif dalam mengiklankan situs belanja Elevenia.

Statistics

kata

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.58

kata

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	3	4.0	4.1
	biasa saja	32	42.7	47.9
	setuju	31	41.3	90.4
	sangat setuju	7	9.3	100.0
Total	73	97.3	100.0	
Missing	System	2	2.7	
Total	75	100.0		

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Isi pesan iklan Elevenia sudah cukup jelas menyampaikan keunggulan-keunggulan dari situs belanja *online* tersebut.

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Statistics

isipesan

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.58

isipesan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	6	8.0	8.2	8.2
biasa saja	26	34.7	35.6	43.8
setuju	34	45.3	46.6	90.4
sangat setuju	7	9.3	9.6	100.0
Total	73	97.3	100.0	
Missing System	2	2.7		
Total	75	100.0		

Iklan memberikan informasi yang memudahkan dalam pengaplikasian situs belanja Elevenia.

Statistics

inform

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.73

inform

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	5	6.7	6.8	6.8
biasa saja	22	29.3	30.1	37.0
setuju	34	45.3	46.6	83.6
sangat setuju	12	16.0	16.4	100.0
Total	73	97.3	100.0	
Missing System	2	2.7		
Total	75	100.0		

Iklan Elevenia menggunakan tema dan ilustrasi cerita yang menarik sehingga memotivasi responden untuk menggunakan situs belanja *online* Elevenia.

Statistics

tema

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.64

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

tema

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	1	1.3	1.4	1.4
biasa saja	29	38.7	39.7	41.1
setuju	38	50.7	52.1	93.2
sangat setuju	5	6.7	6.8	100.0
Total	73	97.3	100.0	
Missing System	2	2.7		
Total	75	100.0		

Dimensi Struktur Pesan

Penyampaian pesan di iklan logis dan tidak berlebihan.

Statistics

logis

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.59

logis

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	4	5.3	5.5	5.5
biasa saja	29	38.7	39.7	45.2
setuju	33	44.0	45.2	90.4
sangat setuju	7	9.3	9.6	100.0
Total	73	97.3	100.0	
Missing System	2	2.7		
Total	75	100.0		

Pesan yang disampaikan mudah dicerna.

Statistics

dicerna

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.64

dicerna

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	1	1.3	1.4	1.4
biasa saja	32	42.7	43.8	45.2
setuju	32	42.7	43.8	89.0
sangat setuju	8	10.7	11.0	100.0
Total	73	97.3	100.0	
Missing System	2	2.7		
Total	75	100.0		



Penyajian pesan pada iklan Elevenia memiliki alur cerita yang mengalir.

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Statistics

alur

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.71

alur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	2	2.7	2.7	2.7
Valid biasa saja	31	41.3	42.5	45.2
Valid setuju	26	34.7	35.6	80.8
Valid sangat setuju	14	18.7	19.2	100.0
Total	73	97.3	100.0	
Missing System	2	2.7		
Total	75	100.0		

Penyajian pesan pada iklan Elevenia terorganisir dengan baik.

Statistics

pesan

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.79

pesan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	1	1.3	1.4	1.4
Valid biasa saja	25	33.3	34.2	35.6
Valid setuju	35	46.7	47.9	83.6
Valid sangat setuju	12	16.0	16.4	100.0
Total	73	97.3	100.0	
Missing System	2	2.7		
Total	75	100.0		

Penyajian pesan iklan Elevenia jelas dalam mengarahkan audiens untuk melakukan transaksi pembelian pada situs tersebut.

Statistics

arahkan

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.58



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

arahkan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	4	5.3	5.5	5.5
biasa saja	29	38.7	39.7	45.2
setuju	34	45.3	46.6	91.8
sangat setuju	6	8.0	8.2	100.0
Total	73	97.3	100.0	
Missing System	2	2.7		
Total	75	100.0		

Dimensi Format Pesan

Iklan situs belanja Elevenia menggunakan gambar dan warna yang menarik perhatian.

Statistics

warna

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.59

warna

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	3	4.0	4.1	4.1
biasa saja	28	37.3	38.4	42.5
setuju	38	50.7	52.1	94.5
sangat setuju	4	5.3	5.5	100.0
Total	73	97.3	100.0	
Missing System	2	2.7		
Total	75	100.0		

Iklan situs belanja Elevenia menggunakan teknologi animasi yang menarik dan unik.

Statistics

animasi

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.63

animasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	4	5.3	5.5	5.5
biasa saja	26	34.7	35.6	41.1
setuju	36	48.0	49.3	90.4
sangat setuju	7	9.3	9.6	100.0
Total	73	97.3	100.0	
Missing System	2	2.7		
Total	75	100.0		



Iklan situs belanja Elevenia menggunakan musik yang menarik dan enak didengar.

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Statistics

musik

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.47

musik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	6	8.0	8.2	8.2
biasa saja	33	44.0	45.2	53.4
setuju	28	37.3	38.4	91.8
sangat setuju	6	8.0	8.2	100.0
Total	73	97.3	100.0	
Missing System	2	2.7		
Total	75	100.0		

Iklan situs belanja Elevenia menampilkan artis endorser yang menarik.

Statistics

endorser

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		4.19

endorser

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	2	2.7	2.7	2.7
biasa saja	13	17.3	17.8	20.5
setuju	27	36.0	37.0	57.5
sangat setuju	31	41.3	42.5	100.0
Total	73	97.3	100.0	
Missing System	2	2.7		
Total	75	100.0		

Desain iklan Elevenia memiliki kualitas suara yang bagus sehingga dapat didengar dengan jelas.

Statistics

suara

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.66



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

suara

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	2	2.7	2.7	2.7
biasa saja	32	42.7	43.8	46.6
setuju	28	37.3	38.4	84.9
sangat setuju	11	14.7	15.1	100.0
Total	73	97.3	100.0	
Missing System	2	2.7		
Total	75	100.0		

Dimensi Gaya Pesan

Pemakaian kata-kata yang mudah dicerna oleh audiens.

Statistics

mudah

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.51

mudah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	2	2.7	2.7	2.7
biasa saja	36	48.0	49.3	52.1
setuju	31	41.3	42.5	94.5
sangat setuju	4	5.3	5.5	100.0
Total	73	97.3	100.0	
Missing System	2	2.7		
Total	75	100.0		

Pemakaian kata-kata dalam pesan iklan mudah dimengerti.

Statistics

mengerti

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.45

mengerti

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	1	1.3	1.4	1.4
biasa saja	41	54.7	56.2	57.5
setuju	28	37.3	38.4	95.9
sangat setuju	3	4.0	4.1	100.0
Total	73	97.3	100.0	
Missing System	2	2.7		
Total	75	100.0		

Pemakaian kata-kata dalam pesan iklan mempersuasi audiens untuk bertransaksi di situs belanja Elevelnia.

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Statistics

persuasi

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.51

persuasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	3	4.0	4.1	4.1
biasa saja	35	46.7	47.9	52.1
setuju	30	40.0	41.1	93.2
sangat setuju	5	6.7	6.8	100.0
Total	73	97.3	100.0	
Missing System	2	2.7		
Total	75	100.0		

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LAMPIRAN 9

TABEL FREKUENSI SIKAP PEMBELIAN (Y)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Dimensi Kognitif

Iklan Elevenia memberikan pengetahuan tentang bagaimana cara berbelanja melalui situs *online*.

Statistics

cara

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.41

cara

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	3	4.0	4.1	4.1
Valid biasa saja	39	52.0	53.4	57.5
Valid setuju	29	38.7	39.7	97.3
Valid sangat setuju	2	2.7	2.7	100.0
Total	73	97.3	100.0	
Missing System	2	2.7		
Total	75	100.0		

Iklan Elevenia memberikan informasi mengenai barang-barang yang dijual.

Statistics

dijual

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.58

dijual

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	2	2.7	2.7	2.7
Valid biasa saja	33	44.0	45.2	47.9
Valid setuju	32	42.7	43.8	91.8
Valid sangat setuju	6	8.0	8.2	100.0
Total	73	97.3	100.0	
Missing System	2	2.7		
Total	75	100.0		

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Iklan tersebut menunjukkan bahwa Elevenia adalah situs belanja online yang bagus dan terpercaya.

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Statistics

bagus

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.59

bagus

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	4	5.3	5.5	5.5
Valid biasa saja	28	37.3	38.4	43.8
Valid setuju	35	46.7	47.9	91.8
Valid sangat setuju	6	8.0	8.2	100.0
Total	73	97.3	100.0	
Missing System	2	2.7		
Total	75	100.0		

Dimensi Afektif

Saya merasa terhibur setelah menonton iklan televisi Elevenia.

Statistics

terhibur

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		4.04

terhibur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid biasa saja	18	24.0	24.7	24.7
Valid setuju	34	45.3	46.6	71.2
Valid sangat setuju	21	28.0	28.8	100.0
Total	73	97.3	100.0	
Missing System	2	2.7		
Total	75	100.0		

Setelah menonton iklan televisi Elevenia, saya merasa penasaran untuk mengetahui lebih banyak tentang situs belanja *online* Elevenia.

Statistics

banyak

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.88



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.

banyak

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	biasa saja	22	29.3	30.1
	setuju	38	50.7	82.2
	sangat setuju	13	17.3	100.0
	Total	73	97.3	100.0
Missing System	2	2.7		
Total	75	100.0		

Iklan Elevenia di televisi menimbulkan perasaan positif terhadap barang-barang yang dijual melalui situs belanja *online* Elevenia.

Statistics

positif

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.86

positif

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	3	4.0	4.1
	biasa saja	16	21.3	26.0
	setuju	42	56.0	83.6
	sangat setuju	12	16.0	100.0
Total	73	97.3	100.0	
Missing System	2	2.7		
Total	75	100.0		

Saya merasa suka dan tertarik dengan situs belanja *online* Elevenia setelah melihat iklannya.

Statistics

suka

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.89

suka

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	5	6.7	6.8
	biasa saja	18	24.0	31.5
	setuju	30	40.0	72.6
	sangat setuju	20	26.7	100.0
Total	73	97.3	100.0	
Missing System	2	2.7		
Total	75	100.0		



Dimensi Konatif

Setelah menonton iklan Elevenia di televisi, muncul keinginan untuk melakukan transaksi pembelian di Elevenia.

Statistics

muncul

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.97

muncul

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	biasa saja	19	25.3	26.0	26.0
	setuju	37	49.3	50.7	76.7
	sangat setuju	17	22.7	23.3	100.0
	Total	73	97.3	100.0	
Missing	System	2	2.7		
Total		75	100.0		

Setelah menonton iklan televisi Elevenia, saya berencana untuk melakukan transaksi pembelian lagi di Elevenia suatu waktu nanti.

Statistics

lagi

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.90

lagi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	biasa saja	22	29.3	30.1	30.1
	setuju	36	48.0	49.3	79.5
	sangat setuju	15	20.0	20.5	100.0
	Total	73	97.3	100.0	
Missing	System	2	2.7		
Total		75	100.0		

Saya ingin mengajak keluarga atau teman untuk melakukan transaksi pembelian di situs belanja online Elevenia.

Statistics

keluarga

N	Valid	73
	Missing	2
Mean		3.95

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



keluarga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	biasa saja	22	29.3	30.1	30.1
	setuju	33	44.0	45.2	75.3
	sangat setuju	18	24.0	24.7	100.0
	Total	73	97.3	100.0	
Missing	System	2	2.7		
Total		75	100.0		

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LAMPIRAN 10

UJI ANALISIS TABULASI SILANG (*CROSSTABS*)

Muncul Keinginan Untuk Melakukan Transaksi Pembelian Berdasarkan Jenis Kelamin

Count		Sikap Pembelian			Total
		Cukup Tinggi	Tinggi	Sangat Tinggi	
Jenis Kelamin	Pria	10	22	11	43
	Wanita	9	15	6	30
Total		19	37	17	73

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	.550 ^a	2	.760
Likelihood Ratio	.550	2	.760
Linear-by-Linear Association	.538	1	.463
N of Valid Cases	73		

Muncul Keinginan Untuk Melakukan Transaksi Pembelian Berdasarkan Intensitas Menonton Iklan Televisi Elevenia

Count		Sikap Pembelian			Total
		Cukup Tinggi	Tinggi	Sangat Tinggi	
Intensitas Menonton	Sangat Jarang	1	0	0	1
	Jarang	6	10	5	21
	Cukup Sering	5	13	7	25
	Sering	7	14	5	26
Total		19	37	17	73

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
C Pearson Chi-Square	3.775 ^a	6	.707
Likelihood Ratio	3.650	6	.724
Linear-by-Linear Association	.046	1	.830
N of Valid Cases	73		

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

LAMPIRAN 11

UJI ASUMSI KLASIK

© Hak cipta milik IBIKK Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

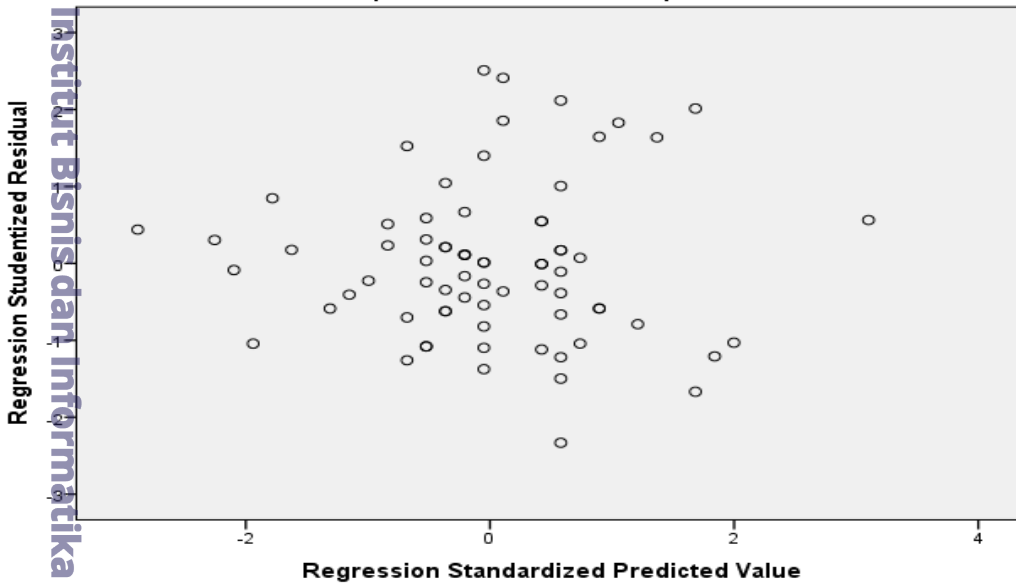
	varX	varY	Unstandardized Residual
	73	73	73
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	65.32	38.07
	Std. Deviation	6.348	4.260
	Absolute	.109	.178
Most Extreme Differences	Positive	.103	.178
	Negative	-.109	-.078
Kolmogorov-Smirnov Z	.931	1.518	.916
Asymp. Sig. (2-tailed)	.351	.020	.371

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Heterokedastisitas

Scatterplot
Dependent Variable: Sikap



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LAMPIRAN 12

UJI REGRESI LINIER SEDERHANA



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Koefisien Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14.695	4.421		3.324	.001
Pesan Iklan	.358	.067	.533	5.312	.000

a. Dependent Variable: Sikap

Analisis Korelasi Pearson

Correlations

		Pesan Iklan	Sikap
Pesan Iklan	Pearson Correlation	1	.533**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	73	73
Sikap	Pearson Correlation	.533**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	73	73

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

Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.533 ^a	.284	.274	3.629

a. Predictors: (Constant), Pesan Iklan

b. Dependent Variable: Sikap

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.695	4.421		3.324	.001
	Pesan Iklan	.358	.067	.533	5.312	.000

a. Dependent Variable: Sikap

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Oscar Lana Karnayasa
NIM : 69120320
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Alamat lengkap : Komplek Lotus Garden 2 no.28 , Jl. Grand Galaxy City Central
Park 3 , Jaka Setia , Bekasi Selatan , Kota Bekasi , Jawa Barat
Kode Pos : 17148
Telp. Kantor : -
Telp. Rumah : -
No. HP : 0812 - 1994 - 4907


Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa :

1. Keabsahan data dan hal-hal lain yang berkenaan dengan keaslian dalam penyusunan karya akhir ini merupakan tanggung jawab pribadi.
2. Apabila dikemudian hari timbul masalah dengan keabsahan data dan keaslian/originalitas karya akhir adalah diluar tanggung jawab Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dan saya bersedia menanggung segala risiko sanksi yang dikeluarkan Institusi dan gugatan yang diajukan oleh pihak lain yang merasa dirugikan.

Demikian agar yang berkepentingan maklum.

Jakarta, 7 Oktober 2016

Yang membuat pernyataan,


Oscar Lana Karnayasa

(Nama Lengkap)