



Lampiran 1 Pra Kuisisioner

PRA KUISISIONER

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i

Saya Angeline Yodo, dengan nomor induk mahasiswa: 66090008, mahasiswi Kwik Kian Gie School of Business (d/h IBII), jurusan Ilmu Komunikasi, konsentrasi Marketing Communication, memohon bantuan anda dalam mengisi kuesioner ini yang diperuntukan untuk keberhasilan penelitian skripsi saya, dengan “ Strategi Kampanye Iklan Procter & Gamble Dalam Meredam Merek Generik (Studi Kasus Kampanye Iklan Merek Pampers di Curfew kawasan Pluit, Jakarta Utara).”

Kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini memegang peran sangat penting demi keberhasilan penelitian ini. Data dan informasi Anda akan saya jamin kerahasiaannya. Atas waktu dan informasi yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

• Petunjuk Pengisian:

Berilah tanda silang (X) pada salah satu pilihan yang sesuai dengan jawaban Anda.

1. Jenis Kelamin:

a. Pria

b. Wanita

2. Usia:

a. 17-24 tahun

c. 36-55 tahun

b. 25-35 tahun

d. >55 tahun

3. Pekerjaan:

a. Pelajar / Mahasiswa

d. Wiraswasta

b. Ibu Rumah Tangga

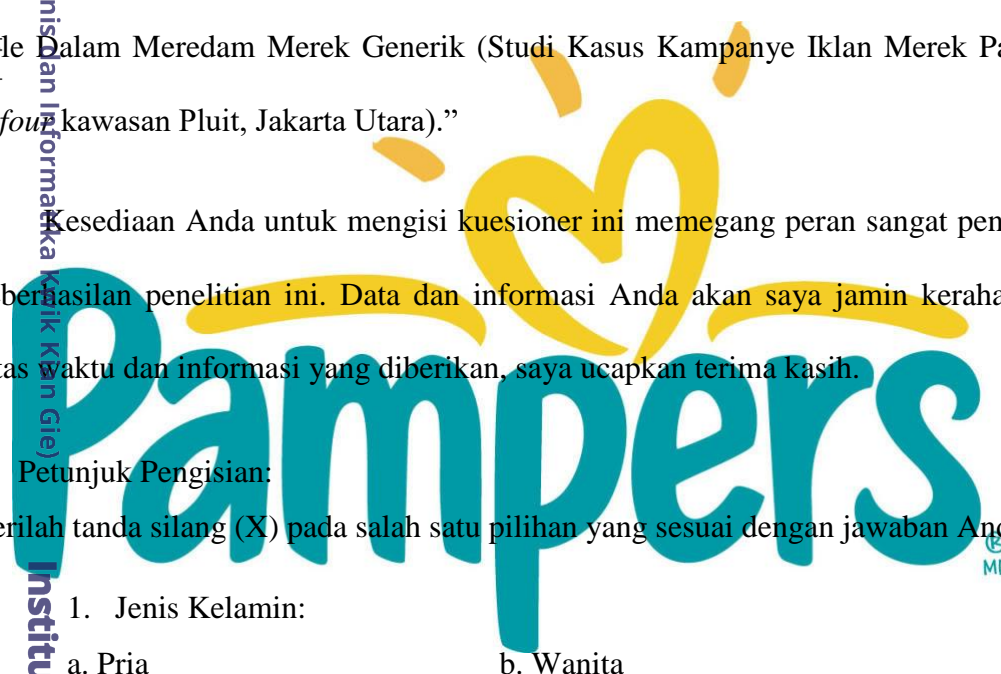
e. Lainnya:.....

c. Karyawan

© Hak cipta dimiliki oleh Kwik Kian Gie (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.





4. Total kisaran pengeluaran perbulan :

- a. < Rp3 juta
 b. Rp 3,1 juta – Rp 5 juta
 c. Rp 5,1 juta – Rp 7 juta
 d. > Rp 7 juta

Perunjuk Pengisian

Pilihlah salah satu pilihan yang sesuai dengan jawaban Anda.

Keterangan:

- STS : Sangat Tidak Setuju
 TS : Tidak Setuju
 B : Biasa Saja
 S : Setuju
 SS : Sangat Setuju

No	Pernyataan	Skor				
		STS	TS	B	S	SS
1.	Komposisi warna yang digunakan dalam iklan Pampers <i>Orange</i> Ekonomis menciptakan kesan menarik.					
2.	Komposisi warna yang digunakan dalam iklan pampers <i>orange</i> ekonomis di dominasi oleh warna jingga (<i>orange</i>) yang merupakan warna <i>signature</i> dari kampanye <i>orange</i> ekonomis.					
3.	Gambar yang digunakan dalam iklan pampers <i>orange</i> ekonomis menciptakan kesan menarik.					
4.	Gambar yang ditayangkan dapat mendeskripsikan pesan yang disampaikan dalam iklan pampers <i>orange</i> ekonomis					
5.	Penempatan gambar dan tulisan (<i>layout</i>) yang digunakan dalam iklan pampers <i>orange</i> ekonomis sudah tepat.					
6.	Ukuran huruf yang digunakan dalam iklan pampers <i>orange</i> ekonomis sudah sesuai.					
7.	Iklan pampers <i>orange</i> ekonomis yang ditayangkan sudah sesuai dengan tema ekonomis dalam kampanye <i>orange</i> ekonomis.					

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.



No	Pernyataan	Skor				
		STS	TS	B	S	SS
8.	Kata-kata yang digunakan dalam iklan pampers <i>orange</i> ekonomis sudah sesuai dengan tema ekonomis dalam kampanye <i>orange</i> ekonomis.					
9.	Pemilihan pemain iklan dalam iklan pampers <i>orange</i> ekonomis sudah sesuai.					
10.	Pemain iklan dalam iklan <i>orange</i> ekonomis mampu menginterpretasikan pesan sesuai dengan tema ekonomis dalam kampanye <i>orange</i> ekonomis.					

ASPEK KOGNITIF

No	Pernyataan	Skor				
		STS	TS	B	S	SS
11.	Konten dari iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis mudah diingat.					
12.	Saya bisa mengulang inti pesan dari iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis setelah saya melihat iklan tersebut.					
13.	Konten dari iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis mudah dimengerti.					
14.	Konten dari iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis tersebut sesuai dengan harapan saya.					
15.	Atribut yang paling saya sukai dari dalam iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis tersebut adalah gambar latar belakang yang ditampilkan.					
16.	Atribut yang paling saya sukai dari dalam iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis tersebut adalah kata-kata yang digunakan.					
17.	Saya mengalami gangguan ketika menyaksikan iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis.					
18.	Menurut saya iklan pampers <i>orange</i> ekonomis masih memiliki banyak kekurangan.					
19.	Konten dari iklan Pampers <i>orange</i> ekonomis mempunyai keterkaitan dengan latar belakang kebudayaan yang saya miliki.					

Hak Cipta Ditinjau 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

No	Pernyataan	Skor				
		STS	TS	B	S	SS
20	Ada keseimbangan antara kata-kata dan gambar yang digunakan dalam iklan kampanye Pampers <i>Orange</i> ekonomis.					

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



Lampiran 2

Wawancara

Wawancara peneliti dengan narasumber, Ibu Farica Agustin Khong selaku *Assistant Brand Manager* Pampers. Wawancara yang dilakukan antara peneliti dengan narasumber ini, dilakukan via *email*.

Heran : Angelina Yodo (Peneliti)

Hujan: Ibu Farica Agustin Khong

1. Apakah dari Brand Pampers sendiri mengetahui bahwa Pampers telah masuk dalam kategori *merek generik*?

Yes, we are aware.

2. Bagaimana (sudah mengetahui Pampers telah masuk dalam kategori *merek generik*) apakah sudah pernah dilakukan *Focus Group Discussion*?

We always try to be consumer focused hence we do carry out consumer research.

3. Bagaimana para informan dalam *Focus Group Discussion* anda menjawab pertanyaan anda? (dialog singkat dari informan yang diingat saja)

Consumers tend to be very short and direct, hence it is important that you know exactly how to dig further and ask them to elaborate their answers

4. Siapa saja yang menjadi Target Audience dari Brand Pampers?

Urban mums with babies age of 0-2yrs

5. Apa kampanye iklan yang baru-baru ini dilakukan oleh Pampers?

Orange ekonomis – new tv copy on dryness

6. Dalam bentuk apa saja kampanye tersebut dilakukan? (Media Tv, Radio atau Event)

Maada mengenai event mohon dijelaskan.

Media TV/ Facebook campaign (e.g. Happynesia campaign di Surabaya tahun lalu)/ In store.

7. Dapatkah anda jelaskan secara singkat dan jelas mengenai kampanye Orange Ekonomis yang dilakukan oleh Pampers?

Lunch of Orange Ekonomis singles/ value pack, dengan tv copy baru

8. Media promosi apa yang anda fokuskan dalam melaksanakan kampanye Orange Ekonomis ini?

Tv media/ in store/ grebek pasar



9. Apa Tujuan Utama dari Pampers mengadakan kampanye Orange Ekonomis ini?
Pampers Ekonomis launch more pack, more choices and making it more available and more affordable for mums
10. Apakah kampanye Orange Ekonomis yang anda lakukan sudah memenuhi Tujuan Utamanya (pertanyaan nomor 3)
Still on early stage, we are hoping to address the above but with still high opportunities for indo market
11. Apa yang menjadi target *audience* dalam kegiatan kampanye *Orange* ekonomis ini?
Parents with kids, SES B-C
12. Kapan kampanye pampers *orange* ekonomis ini diluncurkan dan diperkenalkan ke masyarakat?
We launch this campaign on early november.
13. Bagaimana penjualan produk pampers *orange* ekonomis yang baru diselenggarakan
So far, from november until now the sales is good, better than the original.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Milik BIKK 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 BIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKG.



Lampiran 3

Data Coding Pra Kuisisioner

Data Coding Variabel Komunikasi Audio Visual Iklan Pampers (Kesesuaian)

	X ₁ -1	X ₁ -2	X ₁ -3	X ₁ -4	X ₁ -5	Total
1	4	4	4	4	4	20
2	4	5	4	5	5	23
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	5	22
5	4	4	4	4	4	20
6	4	4	4	4	4	20
7	4	4	4	5	4	21
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	4	20
10	4	3	4	4	4	19
11	3	4	4	4	4	19
12	3	4	4	4	4	19
13	4	5	5	5	5	24
14	4	4	4	4	4	20
15	4	3	5	5	5	22
16	3	4	4	4	4	19
17	4	4	4	5	5	22
18	4	3	4	4	4	19
19	4	4	4	4	4	20
20	4	4	4	4	4	20
21	3	3	3	4	4	17
22	5	4	3	4	4	20
23	4	5	4	5	4	22
24	5	4	5	4	5	23
25	4	5	4	5	4	22
26	3	4	4	4	4	19
27	3	4	4	5	4	20
28	3	4	4	5	4	20
29	4	4	3	4	4	19
30	3	4	4	5	4	20

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

1. Dilarang mengutip, menyalin, atau menggunakan sebagian atau seluruh isi dari dokumen ini tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengutip, menyalin, atau menggunakan sebagian atau seluruh isi dari dokumen ini tanpa izin IBIKKG.

Lampiran 4

Hasil Uji Validitas Strategi Kampanye Pampers (Kesesuaian)

No	Pernyataan	Nilai r	Keterangan
1	Gambar yang ditayangkan dapat mendeskripsikan pesan yang disampaikan dalam iklan pampers <i>orange</i> ekonomis.	0,503	VALID
2	Iklan pampers <i>orange</i> ekonomis yang ditayangkan sudah sesuai dengan tema ekonomis dalam kampanye <i>orange</i> ekonomis.	0,605	VALID
3	Kata-kata yang digunakan dalam iklan pampers <i>orange</i> ekonomis sudah sesuai dengan tema ekonomis dalam kampanye <i>orange</i> ekonomis.	0,649	VALID
4	Pemilihan pemain iklan dalam iklan pampers <i>orange</i> ekonomis sudah sesuai.	0,647	VALID
5	Pemain iklan dalam iklan <i>orange</i> ekonomis mampu menginterpretasikan pesan sesuai dengan tema ekonomis dalam kampanye <i>orange</i> ekonomis.	0,770	VALID

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner dengan SPSS 20.0

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 5

Data Coding Pra Kuesioner Komunikasi Audio Visual Iklan Pampers (Warna)

No.	X ₃ -1	X ₃ -2	Total
1	4	4	8
2	4	4	8
3	4	4	8
4	3	4	7
5	4	4	8
6	2	3	5
7	4	4	8
8	3	3	6
9	4	4	8
10	4	4	8
11	2	3	5
12	4	4	8
13	4	4	8
14	2	4	6
15	3	4	7
16	2	3	5
17	2	3	5
18	4	4	8
19	2	3	5
20	4	4	8
21	3	4	7
22	4	4	8
23	3	4	7
24	5	5	10
25	4	4	8
26	2	4	6
27	3	4	7
28	2	4	6
29	3	3	6
30	4	4	8

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

Lampiran 6

Hasil Uji Validitas Komunikasi Iklan Audio Visual Pampers (Warna)

No	Pernyataan	Nilai r	Keterangan
1	Komposisi warna yang digunakan dalam iklan pampers <i>orange</i> ekonomis menciptakan kesan menarik.	0,961	VALID
2	Komposisi warna yang digunakan dalam iklan pampers <i>orange</i> ekonomis di dominasi oleh warna jingga (<i>orange</i>) yang merupakan warna <i>signature</i> dari kampanye <i>orange</i> ekonomis.	0,854	VALID

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner dengan SPSS 20.0

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

Hak Cipta Ditindungi 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.



Lampiran 7

Data Coding Pra Kuesioner Aspek Kognitif Target Audience Pampers (Konten)

No.	Y ₁₋₁	Y ₁₋₂	Y ₁₋₃	Y ₁₋₄	Y ₁₋₅	Total
1	4	3	4	3	3	17
2	4	3	4	3	3	17
3	3	3	4	3	3	16
4	3	3	4	3	3	16
5	4	3	4	3	3	17
6	3	3	4	3	2	15
7	4	4	4	3	3	18
8	2	4	3	3	4	16
9	3	3	4	3	3	16
10	4	4	4	3	2	17
11	3	3	4	3	3	16
12	4	3	4	3	3	17
13	4	3	4	3	2	16
14	4	3	4	3	3	17
15	3	3	4	3	2	15
16	4	4	4	5	4	21
17	3	3	3	2	3	14
18	3	3	3	3	2	14
19	4	4	4	3	3	18
20	4	3	4	3	3	17
21	3	3	3	3	2	14
22	4	3	4	3	2	16
23	3	2	4	2	2	13
24	3	3	4	3	2	15
25	4	3	4	2	3	16
26	4	3	4	3	2	16
27	4	4	4	2	3	17
28	4	3	4	3	3	17
29	3	3	3	2	3	14
30	4	3	4	3	2	16

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 8

Hasil Uji Validitas Aspek Kognitif Target Audience Pampers (Konten)

No	Pernyataan	Nilai r	Keterangan
1	Konten dari iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis mudah diingat.	0,619	VALID
2	Saya bisa mengulang inti pesan dari iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis setelah saya melihat iklan tersebut.	0,644	VALID
3	Konten dari iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis mudah dimengerti.	0,509	VALID
4	Konten dari iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis tersebut sesuai dengan harapan saya.	0,667	VALID
5	Konten dari iklan Pampers <i>orange</i> ekonomis mempunyai keterkaitan dengan latar belakang kebudayaan yang saya miliki	0,568	VALID

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner dengan SPSS 20.0

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

Hak Cipta Ditindungi 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.



Lampiran 9

Data Coding Pra Kuesioner Aspek Kognitif Target Audience Pampers (Atribut)

No.	Y ₂₋₁	Y ₂₋₂	Y ₂₋₃	Total
1	3	3	4	10
2	5	3	4	12
3	3	3	4	10
4	3	4	4	11
5	3	3	4	10
6	3	3	4	10
7	4	4	4	12
8	3	3	4	10
9	3	3	4	10
10	3	3	3	9
11	3	3	4	10
12	3	3	4	10
13	3	3	4	10
14	4	3	3	10
15	3	4	3	10
16	3	3	4	10
17	4	4	3	11
18	4	4	4	12
19	3	3	4	10
20	4	4	4	12
21	4	3	5	12
22	3	4	3	10
23	4	3	4	11
24	3	3	4	10
25	3	4	3	10
26	4	3	4	11
27	4	4	3	11
28	4	5	3	12
29	5	3	3	11
30	4	3	4	11

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

Hasil Uji Validitas Aspek Kognitif Target *Audience* Pampers (Atribut)

No	Pernyataan	Nilai r	Keterangan
1	Atribut yang paling saya sukai dari dalam iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis tersebut adalah gambar latar belakang yang ditampilkan.	0,727	VALID
2	Atribut yang paling saya sukai dari dalam iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis tersebut adalah kata-kata yang digunakan.	0,593	VALID
3	Ada keseimbangan antara kata-kata dan gambar yang digunakan dalam iklan kampanye Pampers <i>Orange</i> ekonomis.	0,513	VALID

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

Hak Cipta Ditindungi 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.



Lampiran 11

Data Coding Pra Kuesioner Aspek Kognitif Target Audience Pampers (Noise)

No.	Y ₃₋₁	Y ₃₋₂	Total
1	1	2	3
2	2	3	5
3	2	4	6
4	3	4	7
5	2	3	5
6	1	3	4
7	2	3	5
8	3	4	7
9	2	3	5
10	2	2	4
11	1	2	3
12	2	3	5
13	2	2	4
14	2	3	5
15	1	4	5
16	3	3	6
17	1	3	4
18	2	3	5
19	1	2	3
20	2	3	5
21	2	4	6
22	2	3	5
23	2	2	4
24	2	3	5
25	2	3	5
26	2	2	4
27	2	3	5
28	2	3	5
29	2	3	5
30	3	3	6

Hak cipta milik BIKKG (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 BIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKG.

Lampiran 12

Hasil Uji Validitas Aspek Kognitif Target Audience Pampers (Noise)

No	Pernyataan	Nilai r	Keterangan
1	Saya mengalami gangguan ketika menyaksikan iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis.	0,805	VALID
2	Menurut saya iklan pampers <i>orange</i> ekonomis masih memiliki banyak kekurangan.	0,841	VALID

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner dengan SPSS 20.0

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Ditindungi 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Lampiran 13

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Strategi Kampanye Iklan Pampers

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Komunikasi Audio Visual Iklan Pampers (X)	0,657	RELIABEL

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner dengan SPSS 20.0

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Lampiran 14

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pandangan Target *Audience* Pampers

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Spek Kognitif Target <i>Audiens</i> Pampers (Y)	0,680	RELIABEL

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner dengan SPSS 20.0

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Lampiran 15

Hasil Uji Normalitas Strategi Kampanye Pampers

	TOTAL
	30
Normal Parameters ^{a,b}	27,4333
Mean	
Standard Deviation	2,26949
Most Extreme Differences	,135
Positive	,135
Negative	-,099
Kolmogorov-Smirnov Z	,738
Asymp. Sig. (2-tailed)	,647

Test distribution is Normal.

Z calculated from data.

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner dengan SPSS 20.0

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

Lampiran 16

Hasil Uji Normalitas Pandangan Target *Audience* Pampers

	TOTAL
	30
Normal Parameters ^{a,b}	31,6000
Mean	
Standard Deviation	2,07780
Most Extreme Absolute	,147
Positive Extreme Differences	,147
Negative Extreme Differences	-,087
Kolmogorov-Smirnov Z	,805
Asymp. Sig. (2-tailed)	,536

Best distribution is Normal.

Sample was calculated from data.

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner dengan SPSS 20.

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

Lampiran 17

Kuesioner

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i

Saya Angeline Yodo, dengan nomor induk mahasiswa: 66090008, mahasiswi Kwik Kian
School of Business (d/h IBII), jurusan Ilmu Komunikasi, konsentrasi Marketing
Communication, memohon bantuan anda dalam mengisi kuesioner ini yang diperuntukan
untuk keberhasilan penelitian skripsi saya, dengan “ Strategi Kampanye Iklan Procter &
Gamble Dalam Meredam Merek Generik (Studi Kasus Kampanye Iklan Merek Pampers di
Carrefour kawasan Pluit, Jakarta Utara).”

Kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini memegang peran sangat penting demi
keberhasilan penelitian ini. Data dan informasi Anda akan saya jamin kerahasiaannya. Atas
waktu dan informasi yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

• **Petunjuk Pengisian:**

Berilah tanda silang (X) pada salah satu pilihan yang sesuai dengan jawaban Anda.

1. Jenis Kelamin:

a. Pria

b. Wanita

2. Usia:

a. 17-24 tahun

c. 36-55 tahun

b. 25-35 tahun

d. >55 tahun

3. Pekerjaan:

a. Pelajar / Mahasiswa

d. Wiraswasta

b. Ibu Rumah Tangga

e. Lainnya:.....

c. Karyawan





4. Total kisaran pengeluaran perbulan :

- a. < Rp3 juta
 b. Rp 3,1 juta – Rp 5 juta
 c. Rp 5,1 juta – Rp 7 juta
 d. > Rp 7 juta

• **Petunjuk Pengisian**

Pilihlah salah satu pilihan yang sesuai dengan jawaban Anda.

Keterangan:

- STS** : Sangat Tidak Setuju
TS : Tidak Setuju
B : Biasa Saja
S : Setuju
SS : Sangat Setuju

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.

No.	Pernyataan	Skor				
		STS	TS	B	S	SS
1	Komposisi warna yang digunakan dalam iklan Pampers <i>Orange</i> Ekonomis menciptakan kesan menarik.					
2	Komposisi warna yang digunakan dalam iklan pampers <i>orange</i> ekonomis di dominasi oleh warna jingga (<i>orange</i>) yang merupakan warna <i>signature</i> dari kampanye <i>orange</i> ekonomis.					
3	Gambar yang ditayangkan dapat mendeskripsikan pesan yang disampaikan dalam iklan pampers <i>orange</i> ekonomis.					
4	Iklan pampers <i>orange</i> ekonomis yang ditayangkan sudah sesuai dengan tema ekonomis dalam kampanye <i>orange</i> ekonomis.					
5	Kata-kata yang digunakan dalam iklan pampers <i>orange</i> ekonomis sudah sesuai dengan tema ekonomis dalam kampanye <i>orange</i> ekonomis.					
6	Pemilihan pemain iklan dalam iklan pampers <i>orange</i> ekonomis sudah sesuai.					



7	Pemain iklan dalam iklan <i>orange</i> ekonomis mampu menginterpretasikan pesan sesuai dengan tema ekonomis dalam kampanye <i>orange</i> ekonomis.					
---	--	--	--	--	--	--

ASPEK KOGNITIF

Pernyataan	Skor				
	STS	TS	B	S	SS
8. Konten dari iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis mudah diingat.					
9. Saya bisa mengulang inti pesan dari iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis setelah saya melihat iklan tersebut.					
10. Konten dari iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis mudah dimengerti.					
11. Konten dari iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis tersebut sesuai dengan harapan saya.					
12. Atribut yang paling saya sukai dari dalam iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis tersebut adalah gambar latar belakang yang ditampilkan.					
13. Atribut yang paling saya sukai dari dalam iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis tersebut adalah kata-kata yang digunakan.					
14. Saya mengalami gangguan ketika menyaksikan iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis.					
15. Menurut saya iklan pampers <i>orange</i> ekonomis masih memiliki banyak kekurangan.					
16. Konten dari iklan Pampers <i>orange</i> ekonomis mempunyai keterkaitan dengan latar belakang kebudayaan yang saya miliki.					
17. Ada keseimbangan antara kata-kata dan gambar yang digunakan dalam iklan kampanye Pampers <i>Orange</i> ekonomis.					

Hak Cipta milik IBI KK (Patisia & Esas dan Informatica) dan Pampers. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.
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 18

Data Coding Kuesioner

Data Coding Variabel X

No	X ₁ -1	X ₁ -2	X ₂ -1	X ₂ -2	X ₂ -3	X ₂ -5	Total
1	4	4	3	3	4	4	22
2	3	3	4	4	4	4	22
3	4	4	4	3	4	3	22
4	4	3	4	3	4	4	22
5	5	5	5	5	4	5	29
6	4	5	5	4	4	5	27
7	3	3	4	4	4	4	22
8	4	4	4	4	4	5	25
9	4	4	3	4	5	4	24
10	5	2	1	1	3	2	14
11	4	3	4	4	4	3	22
12	3	4	4	4	4	5	24
13	3	3	3	2	4	4	19
14	4	4	4	3	4	5	24
15	4	4	4	3	3	2	20
16	4	4	5	4	4	5	26
17	4	3	2	2	1	1	13
18	4	3	4	4	4	4	23
19	3	4	4	4	4	4	23
20	4	4	4	3	4	4	23
21	2	2	4	2	3	2	15
22	4	3	4	1	4	4	20
23	4	4	3	4	4	3	22
24	4	3	4	4	5	4	24
25	4	4	4	5	5	4	26
26	5	4	3	4	3	5	24
27	3	4	2	3	4	4	20
28	4	4	3	4	4	3	22
29	5	4	3	3	5	4	24
30	4	3	4	4	3	3	21
31	4	4	4	3	3	4	22
32	4	5	3	4	4	5	25
33	3	4	4	3	3	4	21
34	3	5	4	3	4	4	23
35	3	3	2	2	3	3	16
36	4	4	4	4	4	4	24
37	4	4	4	3	3	4	22
38	4	3	3	4	5	4	23
39	4	3	3	4	5	4	23
40	3	5	4	3	4	4	23
41	4	3	4	3	4	4	22

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



42	4	4	4	4	4	3	23
43	3	4	4	3	3	4	21
44	3	2	4	3	4	4	20
45	3	3	3	2	2	3	16
46	4	4	4	4	4	3	23
47	4	4	3	3	3	4	21
48	4	5	4	3	4	5	25
49	4	3	4	4	4	3	22
50	5	5	3	4	4	5	26
51	3	3	3	2	2	2	15
52	4	4	4	5	3	5	25
53	4	4	5	4	3	2	22
54	4	2	4	4	4	4	22
55	4	3	4	4	4	3	22
56	2	2	2	3	3	3	15
57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	3	4	2	4	2	19
59	4	4	4	4	4	4	24
60	3	3	3	3	2	4	18
61	4	4	4	4	3	5	24
62	4	3	5	4	4	3	23
63	3	4	4	3	5	3	22
64	4	4	3	4	5	3	23
65	2	3	3	3	2	2	15
66	3	3	3	3	4	4	20
67	4	4	4	4	5	4	25
68	4	4	4	3	4	4	23
69	3	1	3	3	2	3	15
70	3	3	3	2	2	2	15
71	4	4	3	4	4	3	22
72	4	4	3	4	3	3	21
73	4	4	5	5	4	3	25
74	4	4	4	4	4	4	24
75	3	3	3	3	3	4	19
76	3	3	3	3	3	3	18
77	4	3	4	3	3	3	20
78	4	4	5	5	5	5	28
79	3	3	3	3	3	3	18
80	4	4	4	4	4	4	24
81	4	4	5	5	4	4	26
82	4	4	5	5	5	5	28
83	4	5	5	5	4	5	28
84	4	4	4	5	5	5	27
85	5	5	5	5	5	5	30
86	4	3	4	4	4	3	22
87	4	3	4	3	4	3	21
88	4	4	4	4	4	4	24
89	4	4	5	5	5	5	28

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.



90	4	4	3	4	4	4	23
91	4	3	3	3	3	4	20
92	4	4	5	5	4	4	26
93	2	4	4	3	2	5	20
94	4	4	3	3	4	4	22
95	3	3	4	4	4	4	22
96	4	4	4	3	4	3	22
97	4	3	4	3	4	4	22
98	5	5	5	5	4	5	29
99	4	5	5	4	4	5	27
100	3	3	4	4	4	4	22

Data Coding Variabel Y

No.	X1-1	X1-2	X1-3	X1-4	X2-1	X2-2	X2-3	X3-1	X3-2	Total
1	3	3	4	4	3	3	4	2	2	28
2	4	3	5	3	4	3	4	1	2	29
3	5	3	5	3	3	3	4	1	1	28
4	4	3	5	3	3	3	3	1	2	27
5	3	4	4	3	3	4	3	2	4	30
6	3	4	4	3	4	3	4	2	3	30
7	3	3	4	2	3	3	3	1	4	26
8	4	4	4	4	2	2	4	2	3	29
9	2	2	3	2	3	2	3	3	2	22
10	3	3	4	3	3	3	4	2	2	27
11	3	3	4	3	3	3	4	1	3	27
12	4	3	4	4	4	3	3	2	4	31
13	3	4	4	4	3	3	3	2	4	30
14	4	3	3	4	4	3	4	2	4	31
15	3	3	4	4	3	2	4	3	3	29
16	5	5	4	4	3	3	3	2	2	31
17	4	4	4	4	4	3	4	2	3	32
18	3	4	4	4	3	3	3	2	3	29
19	3	3	4	3	3	4	4	2	3	29
20	5	5	5	3	4	4	4	1	3	34
21	4	3	4	4	3	3	4	1	2	28
22	4	3	3	4	3	3	4	1	3	28
23	4	3	3	4	3	3	4	1	2	27
24	3	4	5	3	3	4	3	2	2	29
25	3	3	4	2	2	4	4	2	4	28
26	5	5	5	3	3	4	3	3	3	34
27	4	4	3	4	3	4	4	2	3	31
28	4	2	3	4	4	3	5	2	2	29
29	3	3	5	3	3	3	4	1	2	27
30	2	4	4	2	3	1	3	3	3	25
31	4	4	4	3	3	4	4	3	3	32

Hak cipta milik IBI KKG (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.



32	4	3	5	5	3	4	4	2	4	34
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
35	3	2	3	2	5	2	3	3	5	28
36	4	4	5	4	4	4	4	3	3	35
37	4	2	4	3	2	3	2	4	4	28
38	3	3	4	4	3	4	3	3	3	30
39	4	3	5	3	3	3	5	4	5	35
40	3	4	3	3	3	4	5	2	3	30
41	3	2	4	4	4	4	3	2	3	29
42	1	1	1	1	5	2	1	2	4	18
43	4	2	4	3	4	4	4	2	2	29
44	4	4	5	4	4	4	4	2	2	33
45	4	4	4	4	3	3	3	3	4	32
46	5	4	5	5	4	5	5	2	2	37
47	5	3	3	3	4	4	3	1	1	27
48	4	4	4	3	3	3	3	2	3	29
49	5	4	4	4	2	4	3	1	3	30
50	3	4	4	2	3	3	3	2	3	27
51	2	1	2	3	4	2	5	2	4	25
52	2	4	5	5	5	4	5	4	4	38
53	3	1	3	4	4	4	1	1	3	24
54	4	4	4	3	3	2	4	2	3	29
55	4	4	4	3	4	3	4	1	4	31
56	3	1	3	2	3	3	3	3	3	24
57	4	3	3	4	3	3	4	2	2	28
58	4	3	4	4	3	4	4	2	3	31
59	2	2	3	3	3	3	4	4	4	28
60	2	1	3	3	2	3	3	1	3	21
61	4	4	4	5	4	3	4	4	5	37
62	3	5	5	4	3	4	4	5	4	37
63	4	3	5	4	4	4	5	5	3	37
64	4	3	5	4	3	5	5	4	3	36
65	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
66	4	3	3	3	3	4	4	4	4	32
67	3	3	4	3	3	4	4	3	2	29
68	4	3	4	3	3	4	3	2	2	28
69	4	3	4	3	4	2	3	2	4	29
70	2	1	2	3	4	2	5	2	4	25
71	4	5	5	5	5	4	5	2	4	39
72	3	3	3	3	3	3	4	1	3	26
73	4	4	4	4	4	4	4	2	3	33
74	4	3	4	4	3	4	4	3	3	32
75	3	4	4	4	4	4	4	2	3	32
76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
77	3	3	4	3	3	4	4	2	3	29
78	5	5	4	4	5	5	5	2	3	38
79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak cipta milik IBIKKG (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.

80	4	3	3	4	4	4	4	2	3	31
81	3	4	4	4	5	5	3	2	5	35
82	4	4	5	5	5	4	5	2	4	38
83	5	4	5	4	5	5	4	2	4	38
84	4	5	4	5	5	5	5	3	4	40
85	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43
86	4	4	4	3	4	3	5	1	4	32
87	4	4	4	4	4	5	5	2	4	36
88	4	4	4	4	4	5	5	2	5	37
89	5	4	4	5	5	5	4	2	4	38
90	4	5	5	4	5	5	5	2	3	38
91	3	3	3	3	3	4	3	2	3	27
92	3	2	4	4	2	2	4	1	1	23
93	4	5	3	2	2	4	4	2	3	29
94	3	3	4	4	3	3	4	2	2	28
95	4	3	5	3	4	3	4	1	2	29
96	5	3	5	3	3	3	4	1	1	28
97	4	3	5	3	3	3	3	1	2	27
98	3	4	4	3	3	4	3	2	4	30
99	3	4	4	3	4	3	4	2	3	30
100	3	3	4	2	3	3	3	1	4	26

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



Lampiran 19

Data Coding Profil Responden

No	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Kisaran Pendapatan Per Bulan
1	2	2	2	2
2	1	2	1	2
3	2	3	2	2
4	1	3	4	3
5	2	4	2	2
6	2	3	2	2
7	2	1	2	2
8	2	1	1	2
9	1	3	3	3
10	2	1	1	2
11	2	1	5	4
12	2	1	3	2
13	2	2	2	2
14	1	1	1	2
15	2	3	4	3
16	2	1	1	2
17	2	2	2	3
18	2	4	2	2
19	2	2	4	4
20	2	2	2	3
21	2	4	2	3
22	2	1	1	3
23	2	4	2	2
24	2	2	3	3
25	2	2	2	3
26	2	2	2	2
27	2	1	1	2
28	2	2	2	2
29	2	2	2	2
30	1	2	3	3
31	1	2	3	3
32	2	2	3	3
33	2	3	2	3
34	2	2	4	4
35	2	2	2	2
36	2	1	1	2
37	2	1	1	3
38	2	4	2	2
39	2	2	3	3
40	2	2	2	2

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



41	2	2	2	2
42	1	2	3	3
43	2	2	3	3
44	2	4	2	2
45	2	1	1	2
46	2	1	1	2
47	2	1	1	2
48	2	1	3	4
49	2	2	3	4
50	2	1	1	2
51	2	2	2	3
52	1	2	3	3
53	2	4	3	3
54	1	2	3	3
55	2	3	3	3
56	2	2	2	2
57	2	2	3	3
58	2	2	3	3
59	2	2	3	3
60	2	3	4	4
61	1	2	3	3
62	2	1	1	2
63	1	2	3	3
64	2	2	2	2
65	1	2	4	4
66	2	4	2	2
67	1	2	1	2
68	2	3	2	2
69	2	1	1	1
70	1	3	3	3
71	1	2	3	3
72	2	2	3	3
73	1	3	4	4
74	2	3	2	3
75	2	2	3	3
76	1	1	3	3
77	2	1	1	1
78	1	2	3	3
79	1	2	3	3
80	2	2	2	3
81	1	3	4	4
82	2	3	4	4
83	1	2	4	4
84	2	3	2	2
85	1	3	4	4
86	2	3	2	2
87	2	2	2	2
88	1	3	3	3

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



89	1	2	3	3
90	2	3	3	2
91	1	2	3	4
92	2	2	2	3
93	1	2	3	2
94	2	2	2	2
95	1	2	1	1
96	2	3	2	2
97	1	3	4	4
98	2	4	2	2
99	2	3	2	2
100	2	1	2	2

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



Lampiran 20

Hasil Pengolahan Data Demografi Responden

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pria	28	28%
Wanita	72	72%
TOTAL	100	100%

Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
17-24 tahun	21	21%
25-35 tahun	48	48%
36-55 tahun	22	22%
>55 tahun	9	9%
TOTAL	100	100%

Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pelajar / Mahasiswa	18	18%
Ibu Rumah Tangga	37	37%
Karyawan	32	32%
Wiraswasta	12	12%
Lainnya	1	1%
TOTAL	100	100%

Kisaran Pengeluaran Per Bulan

Pengeluaran Perbulan	Jumlah Responden	Persentase (%)
< Rp 3 Juta	3	3%
Rp 3,1 Juta – Rp 5 Juta	44	44%
Rp 5,1 Juta – Rp 7 juta	39	39%
> Rp 7 Juta	14	14%
TOTAL	100	100%

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 21

Data Coding Variabel Kuesioner Strategi Kampanye Pampers (Warna)

No	Warna 1	Warna 2	Total Warna
1	4	4	8
2	3	3	6
3	4	4	8
4	4	3	7
5	5	5	10
6	4	5	9
7	3	3	6
8	4	4	8
9	4	4	8
10	5	2	7
11	4	3	7
12	3	4	7
13	3	3	6
14	4	4	8
15	4	4	8
16	4	4	8
17	4	3	7
18	4	3	7
19	3	4	7
20	4	4	8
21	2	2	4
22	4	3	7
23	4	4	8
24	4	3	7
25	4	4	8
26	5	4	9
27	3	4	7
28	4	4	8
29	5	4	9
30	4	3	7
31	4	4	8
32	4	5	9
33	3	4	7
34	3	5	8
35	3	3	6
36	4	4	8
37	4	4	8
38	4	3	7
39	4	3	7
40	3	5	8
41	4	3	7
42	4	4	8
43	3	4	7
44	3	2	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 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.



45	3	3	6
46	4	4	8
47	4	4	8
48	4	5	9
49	4	3	7
50	5	5	10
51	3	3	6
52	4	4	8
53	4	4	8
54	4	2	6
55	4	3	7
56	2	2	4
57	4	4	8
58	4	3	7
59	4	4	8
60	3	3	6
61	4	4	8
62	4	3	7
63	3	4	7
64	4	4	8
65	2	3	5
66	3	3	6
67	4	4	8
68	4	4	8
69	3	1	4
70	3	3	6
71	4	4	8
72	4	4	8
73	4	4	8
74	4	4	8
75	3	3	6
76	3	3	6
77	4	3	7
78	4	4	8
79	3	3	6
80	4	4	8
81	4	4	8
82	4	4	8
83	4	5	9
84	4	4	8
85	5	5	10
86	4	3	7
87	4	3	7
88	4	4	8
89	4	4	8
90	4	4	8
91	4	3	7
92	4	4	8

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 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.

93	2	4	6
94	4	4	8
95	3	3	6
96	4	4	8
97	4	3	7
98	5	5	10
99	4	5	9
100	3	3	6

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 22

Data Coding Variabel Kuesioner Strategi Kampanye Pampers (Kesesuaian)

No	Kesesuaian 1	Kesesuaian 2	Kesesuaian 3	Kesesuaian 4	Total Kesesuaian
1	3	3	4	4	14
2	4	4	4	4	16
3	4	3	4	3	14
4	4	3	4	4	15
5	5	5	4	5	19
6	5	4	4	5	18
7	4	4	4	4	16
8	4	4	4	5	17
9	3	4	5	4	16
10	1	1	3	2	7
11	4	4	4	3	15
12	4	4	4	5	17
13	3	2	4	4	13
14	4	3	4	5	16
15	4	3	3	2	12
16	5	4	4	5	18
17	2	2	1	1	6
18	4	4	4	4	16
19	4	4	4	4	16
20	4	3	4	4	15
21	4	2	3	2	11
22	4	1	4	4	13
23	3	4	4	3	14
24	4	4	5	4	17
25	4	5	5	4	18
26	3	4	3	5	15
27	2	3	4	4	13
28	3	4	4	3	14
29	3	3	5	4	15
30	4	4	3	3	14
31	4	3	3	4	14
32	3	4	4	5	16
33	4	3	3	4	14
34	4	3	4	4	15
35	2	2	3	3	10
36	4	4	4	4	16
37	4	3	3	4	14
38	3	4	5	4	16
39	3	4	5	4	16
40	4	3	4	4	15
41	4	3	4	4	15
42	4	4	4	3	15
43	4	3	3	4	14

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

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.



44	4	3	4	4	15
45	3	2	2	3	10
46	4	4	4	3	15
47	3	3	3	4	13
48	4	3	4	5	16
49	4	4	4	3	15
50	3	4	4	5	16
51	3	2	2	2	9
52	4	5	3	5	17
53	5	4	3	2	14
54	4	4	4	4	16
55	4	4	4	3	15
56	2	3	3	3	11
57	4	4	4	4	16
58	4	2	4	2	12
59	4	4	4	4	16
60	3	3	2	4	12
61	4	4	3	5	16
62	5	4	4	3	16
63	4	3	5	3	15
64	3	4	5	3	15
65	3	3	2	2	10
66	3	3	4	4	14
67	4	4	5	4	17
68	4	3	4	4	15
69	3	3	2	3	11
70	3	2	2	2	9
71	3	4	4	3	14
72	3	4	3	3	13
73	5	5	4	3	17
74	4	4	4	4	16
75	3	3	3	4	13
76	3	3	3	3	12
77	4	3	3	3	13
78	5	5	5	5	20
79	3	3	3	3	12
80	4	4	4	4	16
81	5	5	4	4	18
82	5	5	5	5	20
83	5	5	4	5	19
84	4	5	5	5	19
85	5	5	5	5	20
86	4	4	4	3	15
87	4	3	4	3	14
88	4	4	4	4	16
89	5	5	5	5	20
90	3	4	4	4	15
91	3	3	3	4	13

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

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan dan menyebarkan sumbernya.

- 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.



92	5	5	4	4	18
93	4	3	2	5	14
94	3	3	4	4	14
95	4	4	4	4	16
96	4	3	4	3	14
97	4	3	4	4	15
98	5	5	4	5	19
99	5	4	4	5	18
100	4	4	4	4	16

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Lampiran 23

© Tabel Frekuensi Variabel Strategi Kampanye Pampers (Warna)

Pernyataan		Frekuensi dan Persentase Jawaban						Rata-Rata
		STS	TS	BS	S	SS	Total	
Komposisi Warna yang digunakan dalam Iklan Pampers <i>orange</i> ekonomis menciptakan kesan menarik.	f	-	4	24	65	7	100	3.75
	%	0	4	24	65	7	100	
Komposisi Warna yang digunakan dalam Iklan Pampers <i>orange</i> ekonomis di dominasi oleh warna jingga (<i>orange</i>) yang merupakan warna <i>signature</i> dari kampanye <i>orange</i> ekonomis.	f	1	5	34	49	11	100	3.64
	%	1	5	34	49	11	100	
Jumlah								7.39
Rata-rata keseluruhan								3.61

© Hak cipta milik BIKKG (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 BIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKG.



Lampiran 24

Tabel Frekuensi Variabel Strategi Kampanye Pampers (Kesesuaian)

Kesesuaian

No	Pernyataan		Frekuensi dan Persentase Jawaban					Rata-Rata
			STS	TS	BS	S	SS	
1	Gambar yang ditayangkan dapat mendeskripsikan pesan yang disampaikan dalam iklan pampers <i>orange</i> ekonomis.	f	1	4	28	52	15	3.76
		%	1	4	28	52	15	
2	Iklan pampers <i>orange</i> ekonomis yang ditayangkan sudah sesuai dengan tema ekonomis dalam kampanye <i>orange</i> ekonomis.	f	2	8	35	42	13	3.56
		%	2	8	35	42	13	
3	Kata-kata yang digunakan dalam iklan pampers <i>orange</i> ekonomis sudah sesuai dengan tema ekonomis dalam kampanye <i>orange</i> ekonomis.	f	1	7	21	57	14	3.76
		%	1	7	21	57	14	
4	Pemain iklan dalam iklan <i>orange</i> ekonomis mampu menginterpretasikan pesan sesuai dengan tema ekonomis dalam kampanye <i>orange</i> ekonomis.	f	1	8	25	45	21	3.77
		%	1	8	25	45	21	
Jumlah							14.85	
Rata-rata keseluruhan							3.71	

Hak cipta milik IBIKGG (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 IBIKGG.

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



Lampiran 25

Data Coding Variabel Kuesioner Pandangan Target Audience Pampers (Konten)

No	Konten 1	Konten 2	Konten 3	Konten 4	Total Konten
1	3	3	4	4	14
2	4	3	5	3	15
3	5	3	5	3	16
4	4	3	5	3	15
5	3	4	4	3	14
6	3	4	4	3	14
7	3	3	4	2	12
8	4	4	4	4	16
9	2	2	3	2	9
10	3	3	4	3	13
11	3	3	4	3	13
12	4	3	4	4	15
13	3	4	4	4	15
14	4	3	3	4	14
15	3	3	4	4	14
16	5	5	4	4	18
17	4	4	4	4	16
18	3	4	4	4	15
19	3	3	4	3	13
20	5	5	5	3	18
21	4	3	4	4	15
22	4	3	3	4	14
23	4	3	3	4	14
24	3	4	5	3	15
25	3	3	4	2	12
26	5	5	5	3	18
27	4	4	3	4	15
28	4	2	3	4	13
29	3	3	5	3	14
30	2	4	4	2	12
31	4	4	4	3	15
32	4	3	5	5	17
33	4	4	4	4	16
34	4	4	4	4	16
35	3	2	3	2	10
36	4	4	5	4	17
37	4	2	4	3	13
38	3	3	4	4	14
39	4	3	5	3	15
40	3	4	3	3	13
41	3	2	4	4	13
42	1	1	1	1	4
43	4	2	4	3	13
44	4	4	5	4	17

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

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.



45	4	4	4	4	16
46	5	4	5	5	19
47	5	3	3	3	14
48	4	4	4	3	15
49	5	4	4	4	17
50	3	4	4	2	13
51	2	1	2	3	8
52	2	4	5	5	16
53	3	1	3	4	11
54	4	4	4	3	15
55	4	4	4	3	15
56	3	1	3	2	9
57	4	3	3	4	14
58	4	3	4	4	15
59	2	2	3	3	10
60	2	1	3	3	9
61	4	4	4	5	17
62	3	5	5	4	17
63	4	3	5	4	16
64	4	3	5	4	16
65	2	2	2	2	8
66	4	3	3	3	13
67	3	3	4	3	13
68	4	3	4	3	14
69	4	3	4	3	14
70	2	1	2	3	8
71	4	5	5	5	19
72	3	3	3	3	12
73	4	4	4	4	16
74	4	3	4	4	15
75	3	4	4	4	15
76	3	3	3	3	12
77	3	3	4	3	13
78	5	5	4	4	18
79	3	3	3	3	12
80	4	3	3	4	14
81	3	4	4	4	15
82	4	4	5	5	18
83	5	4	5	4	18
84	4	5	4	5	18
85	5	5	5	5	20
86	4	4	4	3	15
87	4	4	4	4	16
88	4	4	4	4	16
89	5	4	4	5	18
90	4	5	5	4	18
91	3	3	3	3	12
92	3	2	4	4	13

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

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.



93	4	5	3	2	14
94	3	3	4	4	14
95	4	3	5	3	15
96	5	3	5	3	16
97	4	3	5	3	15
98	3	4	4	3	14
99	3	4	4	3	14
100	3	3	4	2	12

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 26

Data Coding Variabel Kuesioner Pandangan Target Audience Pampers (Atribut)

No	Atribut 1	Atribut 2	Atribut 3	Total Atribut
1	3	3	4	10
2	4	3	4	11
3	3	3	4	10
4	3	3	3	9
5	3	4	3	10
6	4	3	4	11
7	3	3	3	9
8	2	2	4	8
9	3	2	3	8
10	3	3	4	10
11	3	3	4	10
12	4	3	3	10
13	3	3	3	9
14	4	3	4	11
15	3	2	4	9
16	3	3	3	9
17	4	3	4	11
18	3	3	3	9
19	3	4	4	11
20	4	4	4	12
21	3	3	4	10
22	3	3	4	10
23	3	3	4	10
24	3	4	3	10
25	2	4	4	10
26	3	4	3	10
27	3	4	4	11
28	4	3	5	12
29	3	3	4	10
30	3	1	3	7
31	3	4	4	11
32	3	4	4	11
33	4	4	4	12
34	4	4	4	12
35	5	2	3	10
36	4	4	4	12
37	2	3	2	7
38	3	4	3	10
39	3	3	5	11
40	3	4	5	12
41	4	4	3	11
42	5	2	1	8
43	4	4	4	12
44	4	4	4	12

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 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.



45	3	3	3	9
46	4	5	5	14
47	4	4	3	11
48	3	3	3	9
49	2	4	3	9
50	3	3	3	9
51	4	2	5	11
52	5	4	5	14
53	4	4	1	9
54	3	2	4	9
55	4	3	4	11
56	3	3	3	9
57	3	3	4	10
58	3	4	4	11
59	3	3	4	10
60	2	3	3	8
61	4	3	4	11
62	3	4	4	11
63	4	4	5	13
64	3	5	5	13
65	2	2	2	6
66	3	4	4	11
67	3	4	4	11
68	3	4	3	10
69	4	2	3	9
70	4	2	5	11
71	5	4	5	14
72	3	3	4	10
73	4	4	4	12
74	3	4	4	11
75	4	4	4	12
76	3	3	3	9
77	3	4	4	11
78	5	5	5	15
79	3	3	3	9
80	4	4	4	12
81	5	5	3	13
82	5	4	5	14
83	5	5	4	14
84	5	5	5	15
85	5	5	5	15
86	4	3	5	12
87	4	5	5	14
88	4	5	5	14
89	5	5	4	14
90	5	5	5	15
91	3	4	3	10
92	2	2	4	8

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

93	2	4	4	10
94	3	3	4	10
95	4	3	4	11
96	3	3	4	10
97	3	3	3	9
98	3	4	3	10
99	4	3	4	11
100	3	3	3	9

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 27

Data Coding Variabel Kuesioner Pandangan Target Audience Pampers (Noise)

No	Noise 1	Noise 2	Total Noise
1	2	2	4
2	1	2	3
3	1	1	2
4	1	2	3
5	2	4	6
6	2	3	5
7	1	4	5
8	2	3	5
9	3	2	5
10	2	2	4
11	1	3	4
12	2	4	6
13	2	4	6
14	2	4	6
15	3	3	6
16	2	2	4
17	2	3	5
18	2	3	5
19	2	3	5
20	1	3	4
21	1	2	3
22	1	3	4
23	1	2	3
24	2	2	4
25	2	4	6
26	3	3	6
27	2	3	5
28	2	2	4
29	1	2	3
30	3	3	6
31	3	3	6
32	2	4	6
33	4	4	8
34	4	4	8
35	3	5	8
36	3	3	6
37	4	4	8
38	3	3	6
39	4	5	9
40	2	3	5
41	2	3	5
42	2	4	6
43	2	2	4
44	2	2	4

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.



45	3	4	7
46	2	2	4
47	1	1	2
48	2	3	5
49	1	3	4
50	2	3	5
51	2	4	6
52	4	4	8
53	1	3	4
54	2	3	5
55	1	4	5
56	3	3	6
57	2	2	4
58	2	3	5
59	4	4	8
60	1	3	4
61	4	5	9
62	5	4	9
63	5	3	8
64	4	3	7
65	2	2	4
66	4	4	8
67	3	2	5
68	2	2	4
69	2	4	6
70	2	4	6
71	2	4	6
72	1	3	4
73	2	3	5
74	3	3	6
75	2	3	5
76	3	3	6
77	2	3	5
78	2	3	5
79	3	3	6
80	2	3	5
81	2	5	7
82	2	4	6
83	2	4	6
84	3	4	7
85	4	4	8
86	1	4	5
87	2	4	6
88	2	5	7
89	2	4	6
90	2	3	5
91	2	3	5
92	1	1	2

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

93	2	3	5
94	2	2	4
95	1	2	3
96	1	1	2
97	1	2	3
98	2	4	6
99	2	3	5
100	1	4	5

© 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 28

Tabel Frekuensi Variabel Pandangan Target Audience Pampers (Konten)

Pernyataan		Frekuensi dan Persentase Jawaban						Rata-Rata
		STS	TS	BS	S	SS	Total	
Konten dari iklan pampers ekonomis mudah diingat.	f	1	5	37	45	12	100	3.62
	%	1	5	37	45	12	100	
Saya dapat mengulang inti pesan dari iklan pampers ekonomis setelah saya melihat iklan tersebut.	f	5	5	45	35	10	100	3.40
	%	5	5	45	35	10	100	
Konten dari iklan pampers ekonomis mudah di mengerti.	f	1	1	23	51	24	100	3.96
	%	1	1	23	51	24	100	
Konten dari iklan pampers ekonomis sesuai dengan harapan saya.	f	1	5	45	40	9	100	3.51
	%	1	5	45	40	9	100	
Jumlah								14.49
Rata-rata keseluruhan								3.62

1. Perang 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 29

Tabel Frekuensi Variabel Pandangan Target Audience Pampers (Atribut)

No	Pernyataan		Frekuensi dan Persentase Jawaban					Rata-Rata
			STS	TS	BS	S	SS	
1.	Atribut yang paling saya sukai dari dalam iklan pampers <i>orange</i> ekonomis tersebut adalah gambar latar belakang yang ditampilkan.	f	-	1	57	30	12	3.53
		%	-	1	57	30	12	
2.	Atribut yang paling saya sukai dari dalam iklan pampers <i>orange</i> ekonomis tersebut adalah kata-kata yang digunakan.	f	-	2	50	37	11	3.57
		%	-	2	50	37	11	
3.	Ada keseimbangan antara kata-kata dan gambar yang digunakan dalam iklan kampanye pampers <i>orange</i> ekonomis.	f	1	1	32	48	18	3.81
		%	1	1	32	48	18	
Jumlah							10.91	
Rata-rata keseluruhan							3.63	

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Hak cipta dilindungi Undang-Undang
 - a. Penyalinan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Penyalinan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 30

Tabel Frekuensi Variabel Pandangan Target Audience Pampers (Noise)

No	Pernyataan		Frekuensi dan Persentase Jawaban						Rata-Rata
			STS	TS	BS	S	SS	Total	
1.	Saya mengalami gangguan ketika menyaksikan iklan pampers <i>orange</i> ekonomis.	f	22	51	15	10	2	100	2.19
		%	22	51	15	10	2	100	
2.	Menurut saya iklan pampers <i>orange</i> ekonomis masih memiliki banyak kekurangan.	f	4	21	40	30	5	100	3.11
		%	4	21	40	30	5	100	
Jumlah								5.3	
Rata-rata keseluruhan								2.65	

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Lampiran 31

Hasil Uji Validitas Kuesioner Strategi Kampanye Pampers (Kesesuaian)

No	Pernyataan	Nilai r	Keterangan
1	Gambar yang ditayangkan dapat mendeskripsikan pesan yang disampaikan dalam iklan pampers <i>orange</i> ekonomis.	0,578	VALID
2	Iklan pampers <i>orange</i> ekonomis yang ditayangkan sudah sesuai dengan tema ekonomis dalam kampanye <i>orange</i> ekonomis.	0,378	VALID
3	Kata-kata yang digunakan dalam iklan pampers <i>orange</i> ekonomis sudah sesuai dengan tema ekonomis dalam kampanye <i>orange</i> ekonomis.	0,399	VALID
4	Pemain iklan dalam iklan <i>orange</i> ekonomis mampu menginterpretasikan pesan sesuai dengan tema ekonomis dalam kampanye <i>orange</i> ekonomis.	0,441	VALID

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 32

Hasil Uji Validitas Kuesioner Strategi Kampanye Pampers (Warna)

No	Pernyataan	Nilai r	Keterangan
1	Komposisi warna yang digunakan dalam iklan pampers <i>orange</i> ekonomis menciptakan kesan menarik.	0,401	VALID
2	Komposisi warna yang digunakan dalam iklan pampers <i>orange</i> ekonomis di dominasi oleh warna jingga (<i>orange</i>) yang merupakan warna <i>signature</i> dari kampanye <i>orange</i> ekonomis.	0,401	VALID

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

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



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

Lampiran 33

Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Pandangan Target Audience Pampers (Atribut)

No	Pernyataan	Nilai r	Keterangan
1	Atribut yang paling saya sukai dari dalam iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis tersebut adalah gambar latar belakang yang ditampilkan.	0,365	VALID
2	Atribut yang paling saya sukai dari dalam iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis tersebut adalah kata-kata yang digunakan.	0,427	VALID
3	Ada keseimbangan antara kata-kata dan gambar yang digunakan dalam iklan kampanye Pampers <i>Orange</i> ekonomis.	0,388	VALID

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

Lampiran 34

Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Pandangan Target Audience Pampers (Konten)

No	Pernyataan	Nilai r	Keterangan
1	Konten dari iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis mudah diingat.	0,510	VALID
2	Saya bisa mengulang inti pesan dari iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis setelah saya melihat iklan tersebut.	0,494	VALID
3	Konten dari iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis mudah dimengerti.	0,444	VALID
4	Konten dari iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis tersebut sesuai dengan harapan saya.	0,385	VALID

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

Lampiran 35

Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Pandangan Target *Audience* Pampers (*Noise*)

No	Pernyataan	Nilai r	Keterangan
1	Saya mengalami gangguan ketika menyaksikan iklan Pampers <i>Orange</i> ekonomis.	0,406	VALID
2	Menurut saya iklan pampers <i>orange</i> ekonomis masih memiliki banyak kekurangan.	0,406	VALID

Hak Cipta-Ditindungi Undang-Undang

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 36

Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Strategi Kampanye Pampers (X)	0,729	RELIABEL
Pandangan Target <i>Audiens</i> Pampers (Y)	0,500	RELIABEL

©

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 37

Hasil Uji Asumsi Klasik Kuesioner

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Standard Deviation	,44452904
	Skewness	,075
	Kurtosis	,075
Most Extreme Differences	Positive	,066
	Negative	-,066
Kolmogorov-Smirnov Z		,748
Asymp. Sig. (2-tailed)		,630

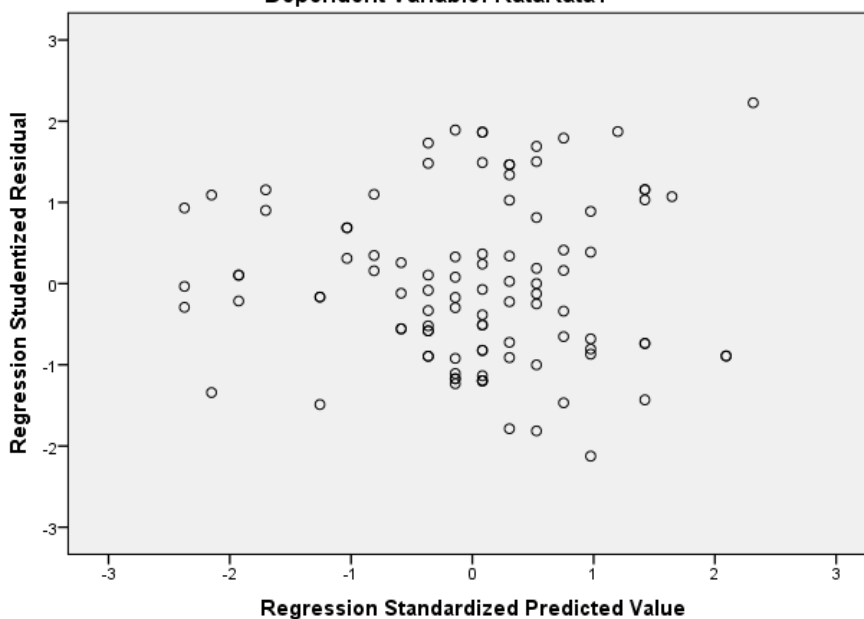
Test distribution is Normal.

Z calculated from data.

Uji Heterokedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: RataRataY



© 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.

Lampiran 38

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,369 ^a	,136	,128	,44679

a. Predictors: (Constant), RataRataX

b. Dependent Variable: RataRataY

© 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Lampiran 39

Hasil Uji Statistik F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,089	1	3,089	15,475	,000 ^b
	Residual	19,563	98	,200		
	Total	22,652	99			

a. Dependent Variable: RataRataY

b. Predictors: (Constant), RataRataX

© Hak cipta milik IBIKKG (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 40 Hasil Uji Statistik T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,126	,300		7,078	,000
RataRataX	,316	,080	,369	3,934	,000

a. Dependent Variable: RataRataY

© 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 41

Gambar Produk Pampers *Orange* Ekonomis



Pampers *Simply dry* & Pampers *Pants*

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

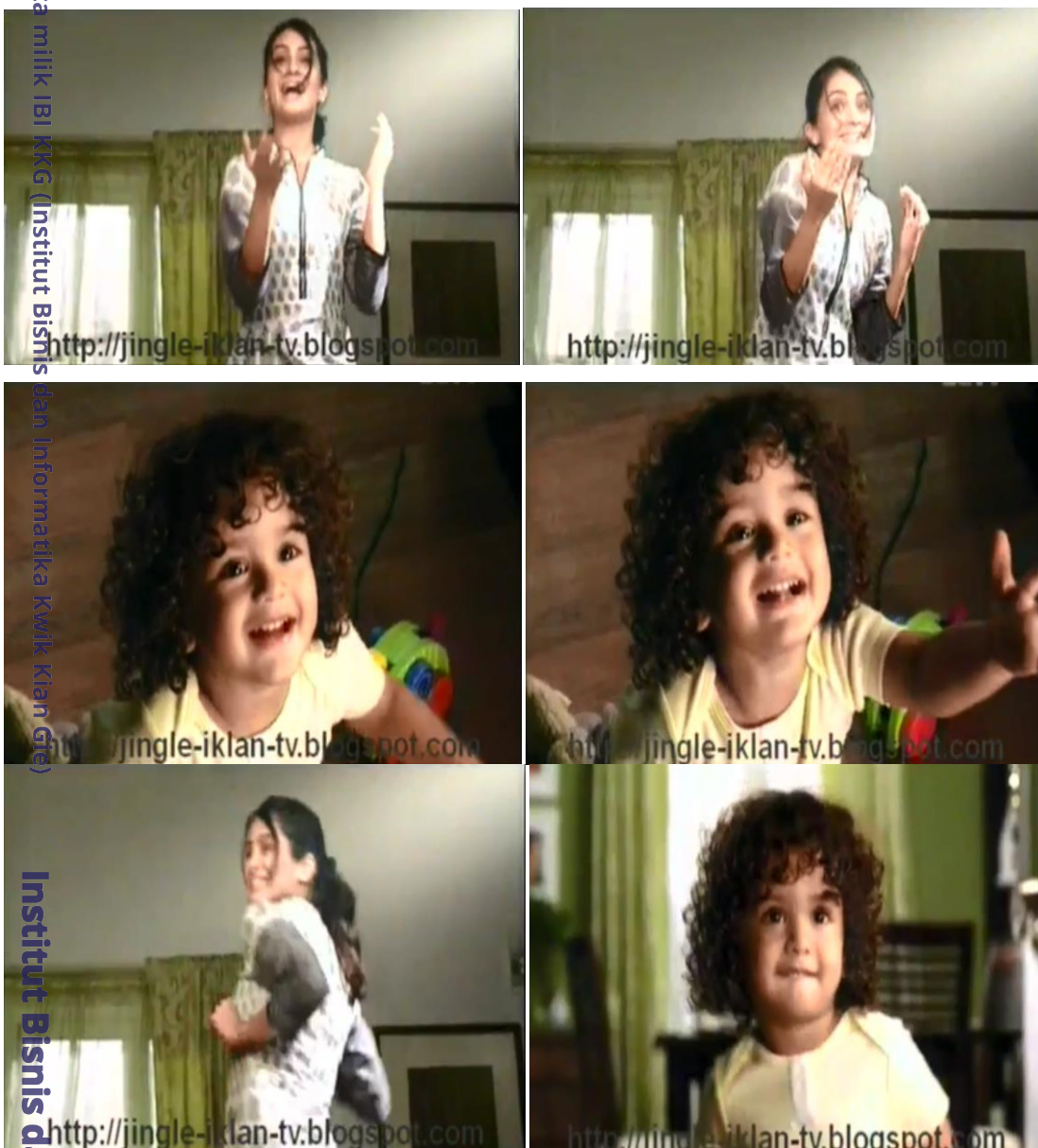
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Lampiran 42

Iklan Televisi Pampers *Orange* Ekonomis

© Hak cipta milik IBI KIKG (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.

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 menggunakan 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)

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie