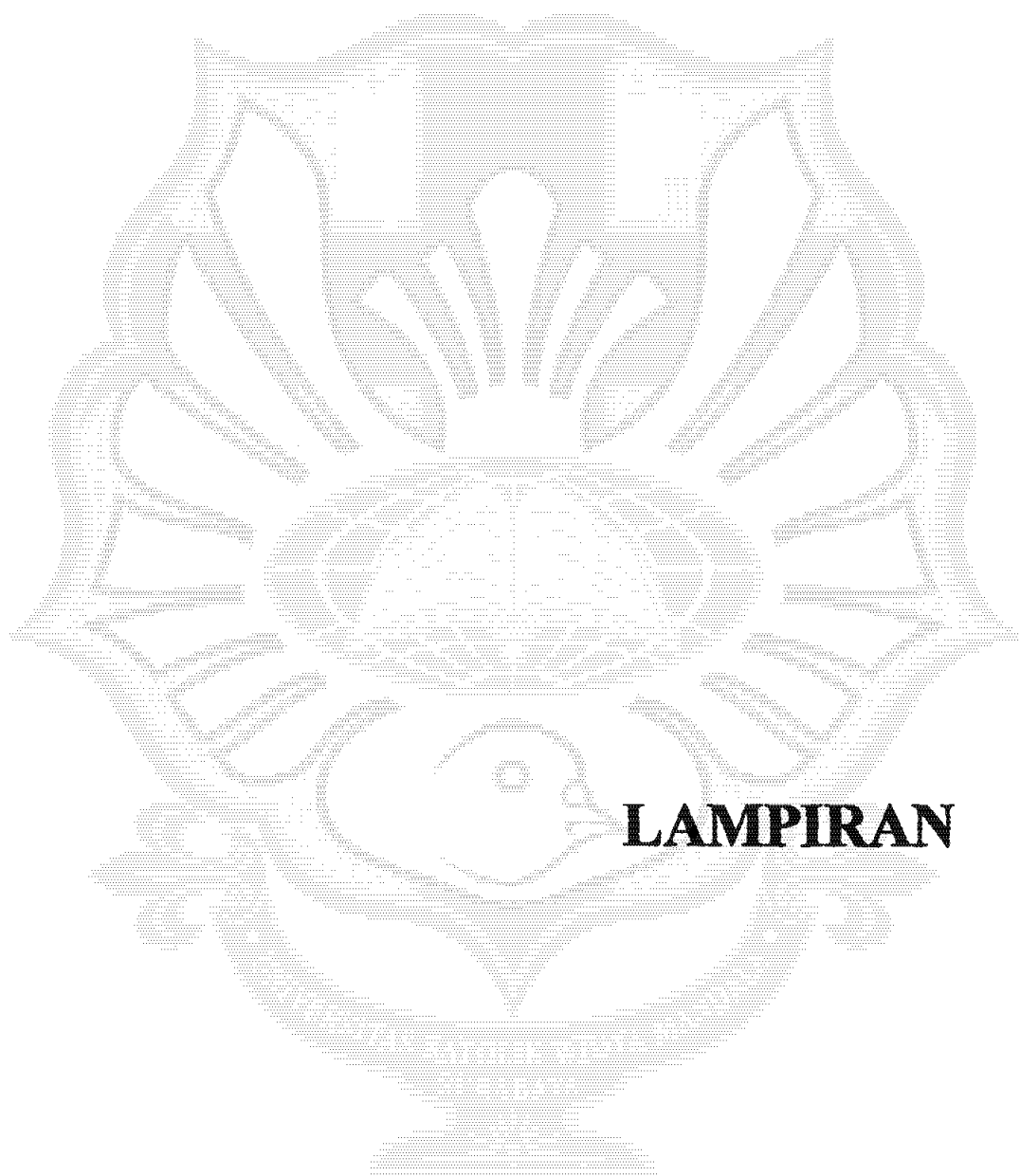




LAMPIRAN

Singgih, Santoso, 2001, ***Buku Latihan SPSS: Statistik Parametrik***, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Soehartono, Irawan., 2002, ***Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya***, Edisi Ke Lima, Bandung: PT. Remaja ROS dan Karya.

Sugiyono, 1999, ***Metode Penelitian Bisnis***, Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono, 2003, ***Metode Penelitian Bisnis***, Bandung: CV. Alfabeta

Supranto, J., 1992, ***Statistika dan Sistem Informasi: Untuk Pimpinan***, Jakarta: Erlangga.

Supranto, J., 2000, ***Statistik: Teori dan Aplikasi***, Edisi Ke Enam, Jakarta: Erlangga.

Wilkie, William L., 1986, ***Consumer Behavior***, 2nd. ed., Canada: University of Notre Dame.

DAFTAR PERTANYAAN

No. Responden:

Responden yang terhormat,

Mohon kesediaan anda mengisi daftar pertanyaan di bawah ini:

Ilustrasi iklan: Iklan Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul yang diteliti adalah iklan yang dibintangi oleh Setiawan Djodi dan Sophia Latjuba. Dalam iklan ini Setiawan Djodi mengemukakan pengalamannya kepada Sophia Latjuba bahwa sejak dahulu beliau mengkonsumsi Jamu Tolak Angin Sido Muncul apabila terserang masuk angin. Pada bagian akhir dari iklan, Sophia Latjuba kemudian mengatakan “Orang pintar minum Tolak Angin”.

I. Petunjuk pengisian: Berilah tanda silang (X) pada salah satu jawaban yang anda pilih dari pertanyaan di bawah ini.

1. Berapa usia anda sekarang?

☐ di bawah 20 tahun

☐ 20-60 tahun

☐ di atas 60 tahun

2. Apa tingkat pendidikan terakhir anda saat ini?

☐ SLTP

☐ SMU

☐ Perguruan Tinggi

☐ lain-lain

3. Apakah anda pernah melihat dan tahu tayangan iklan Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul?

☐ ya

☐ tidak

4. Apakah anda berdornisili di Surabaya?

☐ ya

☐ tidak

Untuk bagian II, III dan IV adalah bagaimana pendapat anda terhadap bintang iklan (Sophia Latjuba) dalam iklan Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul, dengan cara pengisian sebagai berikut:

- ⇒ Berilah tanda silang pada skor yang anda pilih untuk setiap pertanyaan.
- ⇒ Semakin besar skor yang anda pilih menunjukkan penilaian anda semakin positif terhadap pertanyaan tersebut dan sebaliknya.

II. Kredibilitas Bintang Iklan Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul

1. Apakah pengetahuan tentang obat-obatan tradisional yang dimiliki oleh bintang iklan (Sophia Latjuba) dapat mendukung pesan yang disampaikan?

Sangat tidak mendukung 1 2 3 4 5 6 7 sangat mendukung

2. Apakah bintang iklan (Sophia Latjuba) jujur terhadap manfaat Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul?

Sangat tidak jujur 1 2 3 4 5 6 7 sangat jujur

3. Apakah bintang iklan (Sophia Latjuba) dapat dipercaya bahwa dia juga minum Jamu Tolak Angin Cair – Madu Sido Muncul?

Sangat tidak dipercaya 1 2 3 4 5 6 7 sangat dipercaya

4. Apakah latar belakang pendidikan yang dimiliki oleh bintang iklan (Sophia Latjuba) dapat mendukung pesan yang disampaikan?

Sangat tidak mendukung 1 2 3 4 5 6 7 sangat mendukung

III. Daya tarik Bintang Iklan Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul

1. Apakah penampilan bintang iklan (Sophia Latjuba) menarik?

Sangat tidak menarik 1 2 3 4 5 6 7 sangat menarik

2. Apakah kepribadian bintang iklan (Sophia Latjuba) menarik?

Sangat tidak menarik 1 2 3 4 5 6 7 sangat menarik

3. Apakah akting bintang iklan (Sophia Latjuba) dalam iklan Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul menarik?

Sangat tidak menarik 1 2 3 4 5 6 7 sangat menarik

4. Apakah bintang iklan (Sophia Latjuba) merupakan pilihan tepat anda untuk mewakili kalangan menengah atas dalam membintangi iklan Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul?

Sangat tidak tepat 1 2 3 4 5 6 7 sangat tepat

IV. Brand Attitude Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul

Setelah melihat tayangan iklan Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul, bagaimana sikap anda terhadap produk Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul.

1. Apakah anda yakin Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul mampu menunjukkan manfaat yaitu dapat mengatasi masuk angin dan gejala-gejalanya?

Sangat tidak mampu 1 2 3 4 5 6 7 sangat mampu

2. Apakah anda yakin bahwa Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul mengandung mint dan madu?

Sangat tidak yakin 1 2 3 4 5 6 7 sangat yakin

3. Apakah nama merek Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul mampu menunjukkan kegunaan?

Sangat tidak mampu 1 2 3 4 5 6 7 sangat mampu

4. Apakah anda menyukai Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul?

Sangat tidak menyukai 1 2 3 4 5 6 7 sangat menyukai

5. Apakah anda tertarik dengan nama merek Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul?

Sangat tidak tertarik 1 2 3 4 5 6 7 sangat tertarik

6. Apakah anda mempunyai keinginan untuk mencoba Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul?

Sangat tidak ingin 1 2 3 4 5 6 7 sangat ingin

7. Apakah anda mempunyai keinginan untuk membeli Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul?

Sangat tidak ingin 1 2 3 4 5 6 7 sangat ingin

TERIMA KASIH

ATAS KESEDIAAN ANDA MENGISI KUESIONER INI

Lampiran 2

Tabel r product moment

N	Taraf Signifikansi	
	5%	1%
3	0,997	0,999
4	0,950	0,990
5	0,878	0,959
6	0,811	0,917
7	0,754	0,874
8	0,707	0,834
9	0,666	0,798
10	0,632	0,765
11	0,602	0,735
12	0,576	0,708
13	0,553	0,684
14	0,532	0,661
15	0,514	0,641
16	0,497	0,623
17	0,482	0,606
18	0,468	0,590
19	0,456	0,575
20	0,444	0,561
21	0,433	0,549
22	0,423	0,537
23	0,413	0,526
24	0,404	0,515
25	0,396	0,505
26	0,388	0,496
27	0,381	0,487
28	0,374	0,478
29	0,367	0,470
30	0,361	0,463

Sumber : Sugiyono (2003:317)

Lampiran 3.

Tanggapan Responden (N = 30) Terhadap Item-Item Pertanyaan Variabel X1

Responden	Kredibilitas Bintang Iklan (X1)					
	1	2	3	4	Total	Rata2
1	6	4	6	6	22	5.50
2	5	4	5	5	19	4.75
3	5	3	5	5	18	4.50
4	5	4	5	5	19	4.75
5	6	4	6	6	22	5.50
6	5	3	5	5	18	4.50
7	6	4	6	5	21	5.25
8	5	4	5	6	20	5.00
9	4	3	4	5	16	4.00
10	6	4	6	6	22	5.50
11	5	4	5	6	20	5.00
12	5	3	5	6	19	4.75
13	6	4	6	5	21	5.25
14	6	4	6	5	21	5.25
15	5	3	5	5	18	4.50
16	5	4	5	6	20	5.00
17	6	4	6	5	21	5.25
18	5	3	5	6	19	4.75
19	6	4	6	6	22	5.50
20	6	4	6	5	21	5.25
21	6	3	6	5	20	5.00
22	6	4	6	5	21	5.25
23	5	4	5	6	20	5.00
24	5	3	5	6	19	4.75
25	5	4	5	5	19	4.75
26	6	4	6	6	22	5.50
27	5	3	5	6	19	4.75
28	6	4	6	6	22	5.50
29	5	4	5	6	20	5.00
30	6	3	5	5	19	4.75
mean	5.43	3.67	5.40	5.50	20.0	5.00
st dev	0.57	0.48	0.56	0.51	1.51	0.38

Nilai Korelasi Item-Item Pertanyaan Variabel X1 (Kredibilitas Bintang Iklan) untuk Uji Validitas Instrumen

Correlations

		KREDIBL1	KREDIBL2	KREDIBL3	KREDIBL4	TOTAL
KREDIBL1	Pearson Correlation	1	.422*	.948**	-.060	.845**
	Sig. (2-tailed)	.	.020	.000	.754	.000
	N	30	30	30	30	30
KREDIBL2	Pearson Correlation	.422*	1	.511**	.141	.715**
	Sig. (2-tailed)	.020	.	.004	.456	.000
	N	30	30	30	30	30
KREDIBL3	Pearson Correlation	.948**	.511**	1	.000	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.	1.000	.000
	N	30	30	30	30	30
KREDIBL4	Pearson Correlation	-.060	.141	.000	1	.360
	Sig. (2-tailed)	.754	.456	1.000	.	.051
	N	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.845**	.715**	.893**	.360	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.051	.
	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).

Lampiran 5.

Total Tanggapan Responden (N = 30) Terhadap Item-Item Pertanyaan Variabel X1
Setelah Item yang Tidak Valid Dikeluarkan

Responden	Kredibilitas Bintang Iklan (X1)				
	1	2	3	Ttl	Rata2
1	6	4	6	16	5.33
2	5	4	5	14	4.67
3	5	3	5	13	4.33
4	5	4	5	14	4.67
5	6	4	6	16	5.33
6	5	3	5	13	4.33
7	6	4	6	16	5.33
8	5	4	5	14	4.67
9	4	3	4	11	3.67
10	6	4	6	16	5.33
11	5	4	5	14	4.67
12	5	3	5	13	4.33
13	6	4	6	16	5.33
14	6	4	6	16	5.33
15	5	3	5	13	4.33
16	5	4	5	14	4.67
17	6	4	6	16	5.33
18	5	3	5	13	4.33
19	6	4	6	16	5.33
20	6	4	6	16	5.33
21	6	3	6	15	5.00
22	6	4	6	16	5.33
23	5	4	5	14	4.67
24	5	3	5	13	4.33
25	5	4	5	14	4.67
26	6	4	6	16	5.33
27	5	3	5	13	4.33
28	6	4	6	16	5.33
29	5	4	5	14	4.67
30	6	3	5	14	4.67
mean	5.43	3.67	5.40	14.5	4.83
st dev	0.57	0.48	0.56	1.41	0.47

Nilai Korelasi Item-Item Pertanyaan Variabel X1 (Kredibilitas Bintang Iklan) Setelah Item yang Tidak Valid Dikeluarkan

Correlations

		KREDIBL1	KREDIBL2	KREDIBL3	TTL
KREDIBL1	Pearson Correlation	1	.422*	.948**	.926**
	Sig. (2-tailed)	.	.020	.000	.000
	N	30	30	30	30
KREDIBL2	Pearson Correlation	.422*	1	.511**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.020	.	.004	.000
	N	30	30	30	30
KREDIBL3	Pearson Correlation	.948**	.511**	1	.957**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.	.000
	N	30	30	30	30
TTL	Pearson Correlation	.926**	.715**	.957**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	30	30	30	30

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

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

Lampiran 7

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 (Kredibilitas Bintang Iklan)

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)				
	Mean	Std Dev	Cases	
1. KREDIBL1	5.4333	.5683	30.0	
2. KREDIBL2	3.6667	.4795	30.0	
3. KREDIBL3	5.4000	.5632	30.0	

Statistics for		Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE		14.5000	1.9828	1.4081	3

Item-total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KREDIBL1	9.0667	.8230	.8115	.6704
KREDIBL2	10.8333	1.2471	.4723	.9733
KREDIBL3	9.1000	.7828	.8857	.5874

Reliability Coefficients				
N of Cases =		30.0	N of Items =	
Alpha =		.8417		

Lampiran 8.

Tanggapan Responden (N = 30) Terhadap Item-Item Pertanyaan Variabel X2

Responden	Daya Tarik Bintang Iklan (X2)					
	1	2	3	4	Total	Rata2
1	6	6	6	6	24	6.00
2	5	5	5	6	21	5.25
3	6	6	5	5	22	5.50
4	5	5	5	5	20	5.00
5	5	6	6	6	23	5.75
6	5	5	5	5	20	5.00
7	5	5	5	5	20	5.00
8	5	5	5	5	20	5.00
9	4	5	6	4	19	4.75
10	5	5	5	4	19	4.75
11	6	5	6	4	21	5.25
12	4	5	5	5	19	4.75
13	5	5	4	6	20	5.00
14	6	4	6	6	22	5.50
15	5	5	5	5	20	5.00
16	5	5	5	6	21	5.25
17	6	6	5	5	22	5.50
18	5	5	5	6	21	5.25
19	5	5	5	5	20	5.00
20	6	5	6	6	23	5.75
21	5	5	5	5	20	5.00
22	6	6	5	6	23	5.75
23	6	6	5	6	23	5.75
24	6	5	5	5	21	5.25
25	6	6	4	6	22	5.50
26	6	5	6	5	22	5.50
27	5	5	5	6	21	5.25
28	5	5	5	5	20	5.00
29	6	5	5	5	21	5.25
30	5	5	5	5	20	5.00
mean	5.33	5.20	5.17	5.30	21.0	5.25
st dev	0.61	0.48	0.53	0.65	1.34	0.33

Nilai Korelasi Item-Item Pertanyaan Variabel X2 (Daya Tarik Bintang Iklan) Untuk Uji Validitas Instrumen

Correlations

		DYTARIK1	DYTARIK2	DYTARIK3	DYTARIK4	TOTAL
DYTARIK1	Pearson Correlation	1	.352	.143	.262	.764**
	Sig. (2-tailed)	.	.056	.451	.162	.000
	N	30	30	30	30	30
DYTARIK2	Pearson Correlation	.352	1	-.134	.241	.585**
	Sig. (2-tailed)	.056	.	.480	.200	.001
	N	30	30	30	30	30
DYTARIK3	Pearson Correlation	.143	-.134	1	-.150	.340
	Sig. (2-tailed)	.451	.480	.	.430	.066
	N	30	30	30	30	30
DYTARIK4	Pearson Correlation	.262	.241	-.150	1	.633**
	Sig. (2-tailed)	.162	.200	.430	.	.000
	N	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.764**	.585**	.340	.633**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.066	.000	.
	N	30	30	30	30	30

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

Lampiran 10.

Total Tanggapan Responden (N = 30) Terhadap Item-Item Pertanyaan Variabel X2
Setelah Item yang Tidak Valid Dikeluarkan

Responden	Daya Tarik Bintang Iklan (X2)				
	1	2	4	Ttl	Rata2
1	6	6	6	18	6.00
2	5	5	6	16	5.33
3	6	6	5	17	5.67
4	5	5	5	15	5.00
5	5	6	6	17	5.67
6	5	5	5	15	5.00
7	5	5	5	15	5.00
8	5	5	5	15	5.00
9	4	5	4	13	4.33
10	5	5	4	14	4.67
11	6	5	4	15	5.00
12	4	5	5	14	4.67
13	5	5	6	16	5.33
14	6	4	6	16	5.33
15	5	5	5	15	5.00
16	5	5	6	16	5.33
17	6	6	5	17	5.67
18	5	5	6	16	5.33
19	5	5	5	15	5.00
20	6	5	6	17	5.67
21	5	5	5	15	5.00
22	6	6	6	18	6.00
23	6	6	6	18	6.00
24	6	5	5	16	5.33
25	6	6	6	18	6.00
26	6	5	5	16	5.33
27	5	5	6	16	5.33
28	5	5	5	15	5.00
29	6	5	5	16	5.33
30	5	5	5	15	5.00
mean	5.33	5.20	5.30	15.8	5.28
st dev	0.61	0.48	0.65	1.26	0.42

Nilai Korelasi Item-Item Pertanyaan Variabel X2 (Daya Tarik Bintang Iklan) Setelah Item yang Tidak Valid Dikeluarkan

Correlations

		DYTARIK1	DYTARIK2	DYTARIK4	TTL
DYTARIK1	Pearson Correlation	1	.352	.262	.751**
	Sig. (2-tailed)	.	.056	.162	.000
	N	30	30	30	30
DYTARIK2	Pearson Correlation	.352	1	.241	.677**
	Sig. (2-tailed)	.056	.	.200	.000
	N	30	30	30	30
DYTARIK4	Pearson Correlation	.262	.241	1	.734**
	Sig. (2-tailed)	.162	.200	.	.000
	N	30	30	30	30
TTL	Pearson Correlation	.751**	.677**	.734**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	30	30	30	30

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

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2 (Daya Tarik Bintang Iklan)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	DYTARIK1	5.3333	.6065	30.0
2.	DYTARIK2	5.2000	.4842	30.0
3.	DYTARIK4	5.3000	.6513	30.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	15.8333	1.5920	1.2617	3

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
DYTARIK1	10.5000	.3103	.3790	.3745
DYTARIK2	10.6333	.9989	.3705	.4143
DYTARIK4	10.5333	.3092	.3061	.5114

Reliability Coefficients

N of Cases =	30.0	N of Items =	3
Alpha =	.5329		

Lampiran 13.

Tanggapan Responden (N = 30) Terhadap Item-Item Pertanyaan Variabel Y

Responden	Brand Attitude (Y)								Total	Rata2
	1	2	3	4	5	6	7			
1	6	6	6	6	6	6	6	42	6.00	
2	5	5	5	5	5	5	5	35	5.00	
3	6	6	6	6	6	6	6	42	6.00	
4	5	5	5	5	5	5	5	35	5.00	
5	6	6	6	5	6	5	5	39	5.57	
6	5	5	5	5	5	5	5	35	5.00	
7	5	5	5	5	5	5	5	35	5.00	
8	5	5	5	5	5	5	5	35	5.00	
9	4	5	4	4	4	5	5	31	4.43	
10	5	5	6	6	5	5	5	37	5.29	
11	6	4	4	4	6	4	5	33	4.71	
12	4	5	5	5	4	5	5	33	4.71	
13	5	5	5	5	5	5	5	35	5.00	
14	6	4	5	5	6	4	5	35	5.00	
15	5	5	5	5	5	5	5	35	5.00	
16	5	5	5	5	5	5	5	35	5.00	
17	5	5	5	5	5	5	5	35	5.00	
18	5	5	5	5	5	5	5	35	5.00	
19	5	5	5	5	5	5	5	35	5.00	
20	6	4	6	6	6	4	4	36	5.14	
21	5	5	5	5	5	5	5	35	5.00	
22	6	6	6	6	6	6	6	42	6.00	
23	6	6	6	6	6	6	6	42	6.00	
24	6	5	6	6	6	6	6	41	5.86	
25	6	6	6	6	6	6	6	42	6.00	
26	6	5	5	5	5	6	5	37	5.29	
27	5	5	5	5	5	5	5	35	5.00	
28	5	5	5	5	5	5	5	35	5.00	
29	5	5	5	5	5	5	5	35	5.00	
30	5	5	5	5	5	5	5	35	5.00	
mean	5.30	5.10	5.23	5.20	5.27	5.13	5.17	36.4	5.20	
st dev	0.60	0.55	0.57	0.55	0.58	0.57	0.46	2.05	0.44	

Nilai Korelasi Item-Item Pertanyaan Variabel Y (Brand Attitude) untuk Uji Validitas Instrumen

Correlations

		BRD ATTD 1	BRD ATTD 2	BRD ATTD 3	BRD ATTD 4	BRD ATTD 5	BRD ATTD 6	BRD ATTD 7	TOTAL
BRDATTD1	Pearson Correlation	1	.222	.601**	.546**	.952**	.284	.439*	.745**
	Sig. (2-tailed)		.239	.000	.002	.000	.129	.015	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
BRDATTD2	Pearson Correlation	.222	1	.587**	.503**	.237	.837**	.751**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.239		.001	.005	.206	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
BRDATTD3	Pearson Correlation	.601**	.587**	1	.947**	.638**	.538**	.504**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000	.002	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
BRDATTD4	Pearson Correlation	.546**	.503**	.947**	1	.580**	.570**	.543**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.002	.005	.000		.001	.001	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
BRDATTD5	Pearson Correlation	.952**	.237	.638**	.580**	1	.200	.470**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000	.206	.000	.001		.289	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
BRDATTD6	Pearson Correlation	.284	.837**	.538**	.570**	.200	1	.829**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.129	.000	.002	.001	.289		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
BRDATTD7	Pearson Correlation	.439*	.751**	.504**	.543**	.470**	.829**	1	.807**
	Sig. (2-tailed)	.015	.000	.004	.002	.009	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.745**	.737**	.877**	.852**	.750**	.758**	.807**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Brand Attitude)

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)				
		Mean	Std Dev	Cases
1.	BRDATTD1	5.3000	.5960	30.0
2.	BRDATTD2	5.1000	.5477	30.0
3.	BRDATTD3	5.2333	.5683	30.0
4.	BRDATTD4	5.2000	.5509	30.0
5.	BRDATTD5	5.2667	.5833	30.0
6.	BRDATTD6	5.1333	.5713	30.0
7.	BRDATTD7	5.1667	.4611	30.0
Statistics for		Mean	Variance	Std Dev
SCALE		36.4000	9.3517	3.0581
				N of Variables
				7
Item-total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
BRDATTD1	31.1000	6.9897	.6369	.8900
BRDATTD2	31.3000	7.1828	.6366	.8891
BRDATTD3	31.1667	6.6264	.8210	.8672
BRDATTD4	31.2000	6.7862	.7882	.8715
BRDATTD5	31.1333	7.0161	.6458	.8886
BRDATTD6	31.2667	7.0299	.6586	.8869
BRDATTD7	31.2333	7.2885	.7432	.8792
Reliability Coefficients				
N of Cases =		30.0	N of Items =	
Alpha =		.8971		

DAFTAR PERTANYAAN

No. Responden:

Responden yang terhormat,

Mohon kesediaan anda mengisi daftar pertanyaan di bawah ini:

Ilustrasi iklan: Iklan Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul yang diteliti adalah iklan yang dibintangi oleh Setiawan Djodi dan Sophia Latjuba. Dalam iklan ini Setiawan Djodi mengemukakan pengalamannya kepada Sophia Latjuba bahwa sejak dahulu beliau mengkonsumsi Jamu Tolak Angin Sido Muncul apabila terserang masuk angin. Pada bagian akhir dari iklan, Sophia Latjuba kemudian mengatakan “Orang pintar minum Tolak Angin”.

I. Petunjuk pengisian: Berilah tanda silang (X) pada salah satu jawaban yang anda pilih dari pertanyaan di bawah ini.

1. Berapa usia anda sekarang?

☐ di bawah 20 tahun

☐ 20-60 tahun

☐ di atas 60 tahun

2. Apa tingkat pendidikan terakhir anda saat ini?

☐ SLTP

☐ SMU

☐ Perguruan Tinggi

☐ lain-lain

3. Apakah anda pernah melihat dan tahu tayangan iklan Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul?

☐ ya

☐ tidak

4. Apakah anda berdomisili di Surabaya?

☐ ya

☐ tidak

Untuk bagian II, III dan IV adalah bagaimana pendapat anda terhadap bintang iklan (Sophia Latjuba) dalam iklan Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul, dengan cara pengisian sebagai berikut:

- ⇒ Berilah tanda silang pada skor yang anda pilih untuk setiap pertanyaan.
- ⇒ Semakin besar skor yang anda pilih menunjukkan penilaian anda semakin positif terhadap pertanyaan tersebut dan sebaliknya.

II. Kredibilitas Bintang Iklan Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul

1. Apakah pengetahuan tentang obat-obatan tradisional yang dimiliki oleh bintang iklan (Sophia Latjuba) dapat mendukung pesan yang disampaikan?

Sangat tidak mendukung 1 2 3 4 5 6 7 sangat mendukung

2. Apakah bintang iklan (Sophia Latjuba) jujur terhadap manfaat Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul?

Sangat tidak jujur 1 2 3 4 5 6 7 sangat jujur

3. Apakah bintang iklan (Sophia Latjuba) dapat dipercaya bahwa dia juga minum Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul?

Sangat tidak dipercaya 1 2 3 4 5 6 7 sangat dipercaya

III. Daya tarik Bintang Iklan Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul

1. Apakah penampilan bintang iklan (Sophia Latjuba) menarik?

Sangat tidak menarik 1 2 3 4 5 6 7 sangat menarik

2. Apakah kepribadian bintang iklan (Sophia Latjuba) menarik?

Sangat tidak menarik 1 2 3 4 5 6 7 sangat menarik

3. Apakah bintang iklan (Sophia Latjuba) merupakan pilihan tepat anda untuk mewakili kalangan menengah atas dalam membintangi iklan Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul?

Sangat tidak tepat 1 2 3 4 5 6 7 sangat tepat

IV. Brand Attitude Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul

Setelah melihat tayangan iklan Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul, bagaimana sikap anda terhadap produk Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul.

1. Apakah anda yakin Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul mampu menunjukkan manfaat yaitu dapat mengatasi masuk angin dan gejala-gejalanya?

Sangat tidak mampu 1 2 3 4 5 6 7 sangat mampu

2. Apakah anda yakin bahwa Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul mengandung mint dan madu?

Sangat tidak yakin 1 2 3 4 5 6 7 sangat yakin

3. Apakah nama merek Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul mampu menunjukkan kegunaan?

Sangat tidak mampu 1 2 3 4 5 6 7 sangat mampu

4. Apakah anda menyukai Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul?

Sangat tidak menyukai 1 2 3 4 5 6 7 sangat menyukai

5. Apakah anda tertarik dengan nama merek Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul?

Sangat tidak tertarik 1 2 3 4 5 6 7 sangat tertarik

6. Apakah anda mempunyai keinginan untuk mencoba Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul?

Sangat tidak ingin 1 2 3 4 5 6 7 sangat ingin

7. Apakah anda mempunyai keinginan untuk membeli Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul?

Sangat tidak ingin 1 2 3 4 5 6 7 sangat ingin

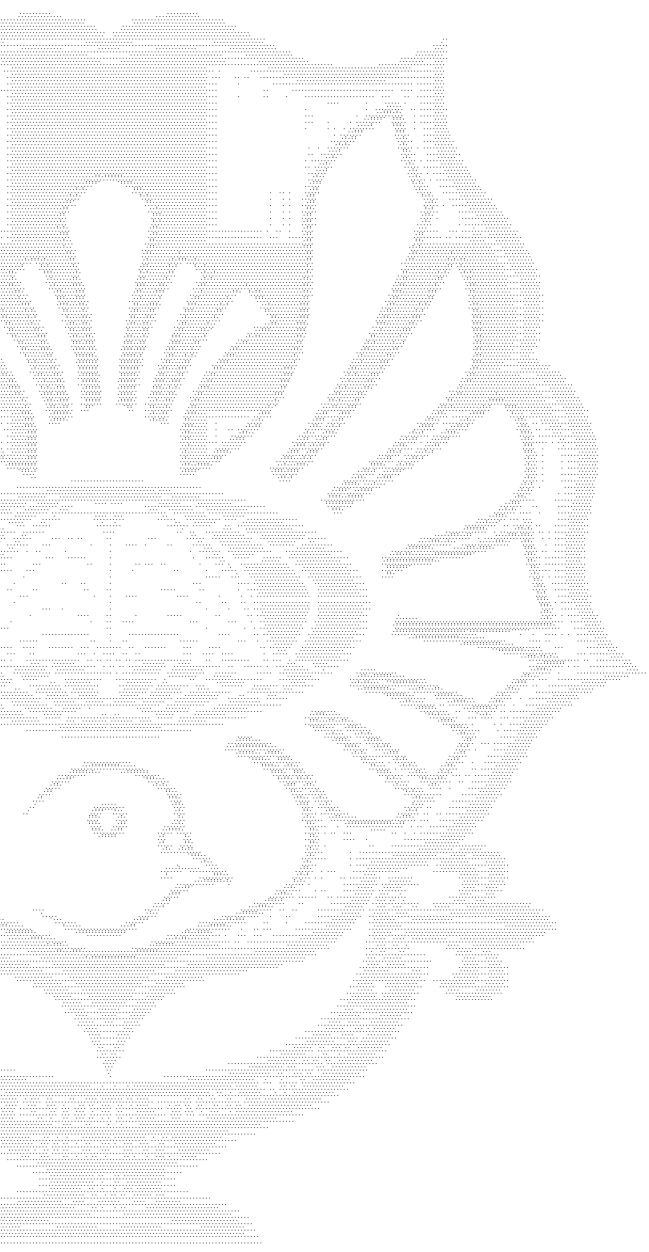
TERIMA KASIH

ATAS KESEDIAAN ANDA MENGISI KUESIONER INI

Lampiran 17. Tanggapan Responden (N = 100) Terhadap Item-Item Pertanyaan Variabel X1

Responden	Kredibilitas Bintang Iklan (X1)			
	1	2	3	Rata2
1	5	5	6	5.33
2	5	5	6	5.33
3	5	5	5	5.00
4	5	5	6	5.33
5	5	5	6	5.33
6	5	5	6	5.33
7	5	4	4	4.33
8	4	4	6	4.67
9	4	4	6	4.67
10	5	5	5	5.00
11	4	5	5	4.67
12	4	4	4	4.00
13	4	6	6	5.33
14	5	5	5	5.00
15	4	4	4	4.00
16	4	5	5	4.67
17	6	4	4	4.67
18	6	4	4	4.67
19	6	6	6	6.00
20	5	5	5	5.00
21	4	4	4	4.00
22	6	5	5	5.33
23	5	5	5	5.00
24	4	5	5	4.67
25	6	6	6	6.00
26	6	6	6	6.00
27	6	6	6	6.00
28	5	5	5	5.00
29	5	6	6	5.67
30	5	5	5	5.00
31	5	4	4	4.33
32	5	5	5	5.00
33	5	5	5	5.00
34	5	5	5	5.00
35	6	4	4	4.67
36	6	6	6	6.00
37	5	5	5	5.00
38	5	4	4	4.33
39	5	4	4	4.33
40	5	4	4	4.33
41	5	4	4	4.33
42	5	4	4	4.33
43	5	5	5	5.00
44	5	4	4	4.33
45	5	5	5	5.00
46	5	4	4	4.33
47	5	4	4	4.33
48	5	5	5	5.00
49	5	5	5	5.00
50	5	4	4	4.33

51	4	4	4	4.00
52	5	6	6	5.67
53	6	5	5	5.33
54	6	5	5	5.33
55	6	5	5	5.33
56	6	6	6	6.00
57	5	5	5	5.00
58	5	5	5	5.00
59	5	5	5	5.00
60	5	5	5	5.00
61	5	6	6	5.67
62	5	5	5	5.00
63	5	4	4	4.33
64	5	6	6	5.67
65	5	5	5	5.00
66	5	4	4	4.33
67	5	4	4	4.33
68	4	5	5	4.67
69	4	4	4	4.00
70	5	5	5	5.00
71	5	5	4	4.67
72	5	4	4	4.33
73	6	5	5	5.33
74	5	5	5	5.00
75	6	6	4	5.33
76	5	5	5	5.00
77	5	5	5	5.00
78	5	5	5	5.00
79	5	6	6	5.67
80	5	6	6	5.67
81	5	6	6	5.67
82	5	5	4	4.67
83	5	6	6	5.67
84	4	6	6	5.33
85	5	5	5	5.00
86	5	5	5	5.00
87	5	5	5	5.00
88	5	5	5	5.00
89	5	5	5	5.00
90	5	6	6	5.67
91	5	5	5	5.00
92	6	6	6	6.00
93	6	6	5	5.67
94	5	5	5	5.00
95	6	6	6	6.00
96	4	4	6	4.67
97	5	5	5	5.00
98	5	5	5	5.00
99	5	6	5	5.33
100	5	6	5	5.33
Kredibilitas Bintang Iklan (X1)				
	1	2	3	Rata2
mean	5.04	4.97	5.01	5.01
st dev	0.57	0.70	0.73	0.52



Lampiran 18. Tanggapan Responden (N = 100) Terhadap Item-Item Pertanyaan Variabel X2

Responden	Daya Tarik Bintang Iklan (X2)			
	1	2	3	Rata2
1	5	5	5	5.00
2	5	5	5	5.00
3	5	5	5	5.00
4	5	5	5	5.00
5	6	6	6	6.00
6	6	6	6	6.00
7	5	6	5	5.33
8	5	6	5	5.33
9	5	6	5	5.33
10	5	5	5	5.00
11	5	5	5	5.00
12	4	4	4	4.00
13	4	6	5	5.00
14	5	5	5	5.00
15	4	4	4	4.00
16	4	5	5	4.67
17	6	4	4	4.67
18	6	4	6	5.33
19	6	6	6	6.00
20	5	5	5	5.00
21	6	4	6	5.33
22	6	5	6	5.67
23	5	5	5	5.00
24	4	5	4	4.33
25	6	6	6	6.00
26	6	6	6	6.00
27	6	6	6	6.00
28	5	5	5	5.00
29	5	6	6	5.67
30	5	5	5	5.00
31	5	6	6	5.67
32	5	5	5	5.00
33	5	5	5	5.00
34	5	5	5	5.00
35	6	4	5	5.00
36	6	6	5	5.67
37	5	5	5	5.00
38	5	4	5	4.67
39	5	4	5	4.67
40	5	5	5	5.00
41	5	6	5	5.33
42	5	5	5	5.00
43	5	4	5	4.67
44	5	4	4	4.33
45	5	5	5	5.00
46	5	5	4	4.67
47	5	5	4	4.67
48	5	5	6	5.33
49	5	4	5	4.67
50	5	6	4	5.00

51	4	4	4	4.00
52	5	6	6	5.67
53	6	5	5	5.33
54	6	5	5	5.33
55	6	4	5	5.00
56	6	4	4	4.67
57	5	5	5	5.00
58	5	5	5	5.00
59	5	5	5	5.00
60	5	4	5	4.67
61	5	6	4	5.00
62	5	5	5	5.00
63	5	5	5	5.00
64	5	5	5	5.00
65	5	4	5	4.67
66	5	6	4	5.00
67	5	5	4	4.67
68	4	4	4	4.00
69	4	4	4	4.00
70	5	4	4	4.33
71	5	5	4	4.67
72	5	5	4	4.67
73	6	5	5	5.33
74	5	5	5	5.00
75	6	6	4	5.33
76	5	5	5	5.00
77	5	5	5	5.00
78	5	5	5	5.00
79	5	6	6	5.67
80	5	5	5	5.00
81	5	5	5	5.00
82	5	5	5	5.00
83	5	4	6	5.00
84	4	6	5	5.00
85	5	5	5	5.00
86	5	5	5	5.00
87	5	5	5	5.00
88	5	5	5	5.00
89	5	5	5	5.00
90	5	6	5	5.33
91	5	5	5	5.00
92	6	5	6	5.67
93	6	5	5	5.33
94	5	5	5	5.00
95	6	5	6	5.67
96	5	5	5	5.00
97	5	5	5	5.00
98	5	5	5	5.00
99	5	5	5	5.00
100	5	5	5	5.00
	Daya Tarik Bintang Iklan (X2)			
	1	2	3	Rata2
mean	5.12	5.02	4.98	5.04
st dev	0.54	0.65	0.60	0.43

Lampiran 19. Tanggapan Responden (N = 100) Terhadap Item-Item Pertanyaan Variabel Y

Responden	Brand Attitude (Y)							
	1	2	3	4	5	6	7	Rata2
1	5	5	6	5	5	5	6	5.29
2	5	5	6	5	5	5	5	5.14
3	5	5	5	5	5	5	5	5.00
4	5	5	6	5	5	5	5	5.14
5	6	6	6	6	6	5	6	5.86
6	6	6	6	6	6	5	6	5.86
7	5	6	4	4	5	6	4	4.86
8	4	6	6	4	5	6	4	5.00
9	4	6	6	4	5	6	4	5.00
10	5	5	5	4	5	5	5	4.86
11	4	5	5	4	5	5	5	4.71
12	4	4	4	4	4	4	4	4.00
13	4	6	6	4	5	5	6	5.14
14	5	5	5	4	5	5	5	4.86
15	4	4	4	4	4	4	4	4.00
16	4	5	5	4	5	5	4	4.57
17	6	4	4	4	4	4	6	4.57
18	6	4	4	4	6	6	6	5.14
19	6	6	6	4	6	6	4	5.43
20	5	5	5	4	5	5	4	4.71
21	4	4	4	4	6	6	6	4.86
22	6	5	5	4	6	5	4	5.00
23	5	5	5	4	5	5	4	4.71
24	4	5	5	4	5	4	4	4.43
25	6	6	6	4	6	6	4	5.43
26	6	6	6	4	6	6	4	5.43
27	6	6	6	4	6	6	4	5.43
28	5	5	5	4	5	5	4	4.71
29	5	6	6	4	6	6	4	5.29
30	5	5	5	4	5	5	4	4.71
31	5	6	4	4	6	6	4	5.00
32	5	5	5	4	5	5	4	4.71
33	5	5	5	4	5	5	4	4.71
34	5	5	5	4	5	5	4	4.71
35	6	4	4	4	5	5	4	4.57
36	6	6	6	4	5	5	4	5.14
37	5	5	5	4	5	5	4	4.71
38	5	4	4	4	5	5	4	4.43
39	5	4	4	4	5	4	4	4.29
40	5	5	4	4	5	5	4	4.57
41	5	6	4	4	5	5	4	4.71
42	5	5	4	4	5	5	4	4.57
43	5	4	5	4	5	5	4	4.57
44	5	4	4	4	4	4	5	4.29
45	5	5	5	4	5	5	4	4.71
46	5	5	4	4	4	4	4	4.29
47	5	5	4	4	4	4	4	4.29
48	5	5	5	4	6	5	4	4.86
49	5	4	5	4	5	5	4	4.57
50	5	6	4	4	4	4	4	4.43

51	4	4	4	4	4	4	4	4.00
52	5	6	6	4	6	6	4	5.29
53	6	5	5	4	5	5	4	4.86
54	6	5	5	4	5	5	4	4.86
55	6	4	5	4	5	5	4	4.71
56	6	4	6	4	4	4	4	4.57
57	5	5	5	4	5	5	4	4.71
58	5	5	5	4	5	5	4	4.71
59	5	5	5	5	5	5	5	5.00
60	5	4	5	5	5	5	4	4.71
61	5	6	6	4	4	4	4	4.71
62	5	5	5	5	5	5	5	5.00
63	5	5	4	4	5	5	4	4.57
64	5	5	6	4	5	5	4	4.86
65	5	4	5	5	5	5	4	4.71
66	5	6	4	4	4	4	4	4.43
67	5	5	4	4	4	4	4	4.29
68	4	4	5	5	4	4	4	4.29
69	4	4	4	4	4	4	4	4.00
70	5	4	5	5	4	4	4	4.43
71	5	5	4	4	4	4	4	4.29
72	5	5	4	4	4	4	4	4.29
73	6	5	5	5	5	5	4	5.00
74	5	5	5	5	5	5	5	5.00
75	6	6	4	4	4	4	4	4.57
76	5	5	5	5	5	5	5	5.00
77	5	5	5	5	5	5	5	5.00
78	5	5	5	5	5	5	5	5.00
79	5	6	6	4	6	6	4	5.29
80	5	5	6	4	5	5	6	5.14
81	5	5	6	4	5	5	4	4.86
82	5	5	4	5	5	5	4	4.71
83	5	4	6	4	6	6	4	5.00
84	4	6	6	4	4	4	6	4.86
85	5	5	5	5	5	5	5	5.00
86	5	5	5	5	5	5	5	5.00
87	5	5	5	5	5	5	5	5.00
88	5	5	5	5	5	5	5	5.00
89	5	5	5	5	5	5	5	5.00
90	5	6	6	5	5	5	5	5.29
91	5	5	5	5	5	5	5	5.00
92	6	5	6	6	5	5	5	5.43
93	6	5	5	5	5	5	5	5.14
94	5	5	5	5	5	5	5	5.00
95	6	5	6	5	5	5	5	5.29
96	4	5	6	5	5	5	4	4.86
97	5	5	5	5	5	5	5	5.00
98	5	5	5	5	5	5	5	5.00
99	5	5	6	5	5	5	5	5.14
100	5	5	6	6	5	5	5	5.29

	Brand Attitude (Y)							Rata2
	1	2	3	4	5	6	7	
mean	5.06	5.02	5.03	4.38	4.96	4.93	4.46	4.83
st dev	0.58	0.65	0.74	0.56	0.58	0.59	0.66	0.37

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
BRNDATTD	4.8343	.37117	100
KREDBLTS	5.0064	.52377	100
DYTARIK	5.0402	.43481	100

Correlations

		BRNDATTD	KREDBLTS	DYTARIK
Pearson Correlation	BRNDATTD	1.000	.726	.840
	KREDBLTS	.726	1.000	.615
	DYTARIK	.840	.615	1.000
Sig. (1-tailed)	BRNDATTD		.000	.000
	KREDBLTS	.000		.000
	DYTARIK	.000	.000	
N	BRNDATTD	100	100	100
	KREDBLTS	100	100	100
	DYTARIK	100	100	100

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.881 ^a	.777	.772	.17718

a. Predictors: (Constant), DYTARIK, KREDBLTS

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.594	2	5.297	168.743	.000 ^a
	Residual	3.045	97	.031		
	Total	13.639	99			

a. Predictors: (Constant), DYTARIK, KREDBLTS

b. Dependent Variable: BRNDATTD

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	.915	.214		4.268	.000			
	KREDBLTS	.238	.043	.336	5.527	.000	.726	.489	.265
	DYTARIK	.541	.052	.634	10.416	.000	.840	.727	.500

a. Dependent Variable: BRNDATTD

TABEL F ($\alpha = 5\%$)

df 2	df 1			
	1	2	3	4
1	161.446	199.499	215.707	224.583
2	18.513	19.000	19.164	19.247
3	10.128	9.552	9.277	9.117
4	7.709	6.944	6.591	6.388
5	6.608	5.786	5.409	5.192
6	5.987	5.143	4.757	4.534
7	5.591	4.737	4.347	4.120
8	5.318	4.459	4.066	3.838
9	5.117	4.256	3.863	3.633
10	4.965	4.103	3.708	3.478
11 s.d. 90				
91	3.946	3.097	2.705	2.472
92	3.945	3.095	2.704	2.471
93	3.943	3.094	2.703	2.470
94	3.942	3.093	2.701	2.469
95	3.941	3.092	2.700	2.467
96	3.940	3.091	2.699	2.466
97	3.939	3.090	2.698	2.465
98	3.938	3.089	2.697	2.465
99	3.937	3.088	2.696	2.464
100	3.936	3.087	2.696	2.463

Sumber: diolah dengan program Microsoft Excel

TABEL t



df	α untuk uji dua sisi (two-tailed test)			
	0.01	0.025	0.05	0.1
	α untuk uji satu sisi (one-tailed test)			
	0.005	0.0125	0.025	0.05
1	63.656	25.452	12.706	6.314
2	9.925	6.205	4.303	2.920
3	5.841	4.177	3.182	2.353
4	4.604	3.495	2.776	2.132
5	4.032	3.163	2.571	2.015
6	3.707	2.969	2.447	1.943
7	3.499	2.841	2.365	1.895
8	3.355	2.752	2.306	1.860
9	3.250	2.685	2.262	1.833
10	3.169	2.634	2.228	1.812
11 s.d. 90				
91	2.631	2.279	1.986	1.662
92	2.630	2.279	1.986	1.662
93	2.630	2.278	1.986	1.661
94	2.629	2.278	1.986	1.661
95	2.629	2.277	1.985	1.661
96	2.628	2.277	1.985	1.661
97	2.627	2.277	1.985	1.661
98	2.627	2.276	1.984	1.661
99	2.626	2.276	1.984	1.660
100	2.626	2.276	1.984	1.660

Sumber: diolah dengan program Microsoft Excel