

LAMPIRAN OUTPUT SPSS

Total Variance Explained Variabel Persepsi terhadap Endorser Dimensi *Visibility* (Iklan Selebriti)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.378	79.260	79.260	2.378	79.260	79.260
2	.373	12.446	91.707			
3	.249	8.293	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained Variabel Persepsi terhadap Endorser Dimensi *Visibility* (Iklan Non-Selebriti)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.549	84.970	84.970	2.549	84.970	84.970
2	.297	9.887	94.857			
3	.154	5.143	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained Variabel Persepsi terhadap Endorser Dimensi *Credibility* Sub-Dimensi *Expertise* (Iklan Selebriti)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.536	31.706	31.706	2.536	31.706	31.706	2.286	28.570	28.570
2	1.983	24.784	56.490	1.983	24.784	56.490	2.022	25.279	53.850
3	1.774	22.180	78.669	1.774	22.180	78.669	1.986	24.820	78.669
4	.601	7.507	86.176						
5	.436	5.449	91.626						
6	.340	4.252	95.878						
7	.272	3.403	99.281						
8	.058	.719	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis

Total Variance Explained Variabel Persepsi terhadap Endorser Dimensi *Credibility* Sub-Dimensi *Expertise* (Iklan Non-Selebriti)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.508	43.852	43.852	3.508	43.852	43.852	2.324	29.048	29.048
2	1.525	19.065	62.917	1.525	19.065	62.917	2.087	26.087	55.135
3	1.278	15.980	78.897	1.278	15.980	78.897	1.901	23.763	78.897
4	.623	7.787	86.685						
5	.453	5.668	92.353						
6	.276	3.451	95.804						
7	.210	2.631	98.435						
8	.125	1.565	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis

Total Variance Explained Variabel Persepsi terhadap Endorser Dimensi *Credibility* Sub-Dimensi *Objectivity* (Iklan Selebriti)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
	1	2.104	42.080	42.080	2.104	42.080	42.080	1.737	34.736
2	1.491	29.823	71.903	1.491	29.823	71.903	1.488	29.757	64.493
3	.741	14.826	86.729	.741	14.826	86.729	1.112	22.236	86.729
4	.484	9.680	96.409						
5	.180	3.591	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained Variabel Persepsi terhadap Endorser Dimensi *Credibility* Sub-Dimensi *Objectivity* (Iklan Non-Selebriti)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
	1	2.227	44.545	44.545	2.227	44.545	44.545	1.845	36.905
2	1.586	31.725	76.270	1.586	31.725	76.270	1.743	34.858	71.764
3	.785	15.702	91.972	.785	15.702	91.972	1.010	20.208	91.972
4	.251	5.023	96.995						
5	.150	3.005	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained Variabel Persepsi terhadap Endorser Dimensi *Attraction* Sub-Dimensi *Likeability* (Iklan Selebriti)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues	Extraction Sums of Squared Loadings	Rotation Sums of Squared Loadings
-----------	---------------------	-------------------------------------	-----------------------------------

	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.375	47.505	47.505	2.375	47.505	47.505	1.812	36.232	36.232
2	1.204	24.089	71.595	1.204	24.089	71.595	1.768	35.362	71.595
3	.894	17.875	89.470						
4	.347	6.938	96.408						
5	.180	3.592	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained Variabel Persepsi terhadap Endorser Dimensi *Attraction* Sub-Dimensi *Likeability* (Iklan Non-Selebriti)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.741	54.830	54.830	2.741	54.830	54.830	2.185	43.709	43.709
2	1.551	31.030	85.860	1.551	31.030	85.860	2.108	42.151	85.860
3	.455	9.097	94.957						
4	.150	3.000	97.957						
5	.102	2.043	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained Variabel Persepsi terhadap Endorser Dimensi *Attraction* Sub-Dimensi *Similarity* (Iklan Selebriti)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %

1	2.255	45.102	45.102	2.255	45.102	45.102	1.908	38.156	38.156
2	1.847	36.948	82.050	1.847	36.948	82.050	1.042	20.849	59.005
3	.568	11.355	93.405	.568	11.355	93.405	1.009	20.171	79.176
4	.243	4.861	98.267	.243	4.861	98.267	.955	19.091	98.267
5	.087	1.733	100.000						

Extraction Method: Principal Component

Analysis.

Total Variance Explained Variabel Persepsi terhadap Endorser Dimensi *Attraction* Sub-Dimensi *Similarity* (Iklan Non-Selebriti)

Total Variance Explained

Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
2.024	40.475	40.475	2.024	40.475	40.475	1.829	36.589	36.589
1.158	23.167	63.642	1.158	23.167	63.642	1.008	20.159	56.749
.937	18.750	82.391	.937	18.750	82.391	1.008	20.154	76.903
.727	14.547	96.939	.727	14.547	96.939	1.002	20.036	96.939
.153	3.061	100.000						

Extraction Method: Principal Component

Analysis.

Total Variance Explained Variabel Sikap pada Merek Dimensi Liking Sub-Dimensi Actual Product (Iklan Selebriti)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.795	39.930	39.930	2.795	39.930	39.930	2.518	35.973	35.973
2	2.195	31.358	71.288	2.195	31.358	71.288	1.920	27.430	63.403
3	1.081	15.448	86.736	1.081	15.448	86.736	1.633	23.333	86.736
4	.451	6.448	93.184						

5	.221	3.157	96.341					
6	.172	2.451	98.792					
7	.085	1.208	100.000					

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained Variabel Sikap pada Merek Dimensi Liking Sub-Dimensi Actual Product (Iklan Non-Selebriti)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.267	46.673	46.673	3.267	46.673	46.673	2.300	32.859	32.859
2	1.634	23.340	70.013	1.634	23.340	70.013	1.847	26.386	59.246
3	.968	13.826	83.839	.968	13.826	83.839	1.722	24.593	83.839
4	.463	6.612	90.451						
5	.316	4.513	94.964						
6	.203	2.907	97.871						
7	.149	2.129	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained Variabel Sikap pada Merek Dimensi Liking Sub-Dimensi Image Product (Iklan Selebriti)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.986	30.661	30.661	3.986	30.661	30.661	2.719	20.916	20.916
2	2.555	19.656	50.317	2.555	19.656	50.317	2.185	16.806	37.722
3	2.384	18.339	68.656	2.384	18.339	68.656	1.923	14.789	52.511
4	1.333	10.253	78.910	1.333	10.253	78.910	1.843	14.175	66.686
5	1.161	8.932	87.842	1.161	8.932	87.842	1.754	13.495	80.181

6	.532	4.092	91.933	.532	4.092	91.933	1.528	11.753	91.933
7	.365	2.811	94.744						
8	.237	1.823	96.567						
9	.161	1.242	97.809						
10	.118	.911	98.720						
11	.080	.613	99.333						
12	.056	.427	99.760						
13	.031	.240	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained Variabel Sikap pada Merek Dimensi Liking Sub-Dimensi Image Product (Iklan Non-Selebriti)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.746	28.812	28.812	3.746	28.812	28.812	2.414	18.566	18.566
2	2.445	18.809	47.621	2.445	18.809	47.621	2.132	16.404	34.970
3	2.151	16.546	64.167	2.151	16.546	64.167	1.930	14.844	49.813
4	1.537	11.825	75.992	1.537	11.825	75.992	1.873	14.405	64.218
5	1.377	10.595	86.588	1.377	10.595	86.588	1.825	14.038	78.257
6	.547	4.206	90.794	.547	4.206	90.794	1.630	12.537	90.794
7	.516	3.969	94.763						

8	.232	1.785	96.548					
9	.179	1.378	97.926					
10	.105	.811	98.737					
11	.087	.672	99.409					
12	.044	.341	99.749					
13	.033	.251	100.000					

Extraction Method: Principal Component

Analysis.

Total Variance Explained Variabel Sikap pada Merek Dimensi Preference Sub-Dimensi Actual Product (Iklan Selebriti)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.314	47.342	47.342	3.314	47.342	47.342	2.332	33.313	33.313
2	2.081	29.723	77.065	2.081	29.723	77.065	2.019	28.850	62.163
3	.805	11.496	88.561	.805	11.496	88.561	1.848	26.398	88.561
4	.347	4.964	93.526						
5	.310	4.432	97.958						
6	.093	1.332	99.290						
7	.050	.710	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained Variabel Sikap pada Merek Dimensi Preference Sub-Dimensi Actual Product (Iklan Non-Selebriti)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
	1	3.299	47.124	47.124	3.299	47.124	47.124	2.289	32.701
2	1.614	23.061	70.185	1.614	23.061	70.185	1.888	26.971	59.672
3	1.141	16.293	86.478	1.141	16.293	86.478	1.876	26.806	86.478
4	.405	5.784	92.263						
5	.234	3.343	95.606						
6	.180	2.578	98.184						
7	.127	1.816	100.000						

Extraction Method: Principal Component

Analysis.

Total Variance Explained Variabel Sikap pada Merek Dimensi Preference Sub-Dimensi Image Product (Iklan Selebriti)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
	1	3.427	26.359	26.359	3.427	26.359	26.359	2.599	19.994
2	3.128	24.060	50.419	3.128	24.060	50.419	2.278	17.527	37.521
3	2.262	17.400	67.819	2.262	17.400	67.819	2.190	16.848	54.369
4	1.619	12.458	80.277	1.619	12.458	80.277	2.168	16.679	71.047
5	1.111	8.543	88.820	1.111	8.543	88.820	1.831	14.087	85.134
6	.419	3.220	92.039	.419	3.220	92.039	.898	6.905	92.039
7	.375	2.881	94.921						
8	.223	1.715	96.635						
9	.174	1.340	97.975						
10	.110	.844	98.819						

11	.077	.595	99.414					
12	.045	.346	99.760					
13	.031	.240	100.000					

Extraction Method: Principal Component

Analysis.

Total Variance Explained Variabel Sikap pada Merek Dimensi Preference Sub-Dimensi Image Product (Iklan Non-Selebriti)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.342	33.404	33.404	4.342	33.404	33.404	2.751	21.160	21.160
2	2.478	19.058	52.462	2.478	19.058	52.462	2.063	15.869	37.029
3	1.927	14.822	67.284	1.927	14.822	67.284	1.874	14.416	51.445
4	1.397	10.748	78.032	1.397	10.748	78.032	1.873	14.410	65.854
5	1.249	9.607	87.639	1.249	9.607	87.639	1.848	14.215	80.069
6	.820	6.310	93.948	.820	6.310	93.948	1.804	13.879	93.948
7	.276	2.119	96.068						
8	.164	1.262	97.330						
9	.108	.828	98.158						
10	.096	.742	98.900						
11	.071	.548	99.448						
12	.051	.395	99.843						

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
	1	4.342	33.404	33.404	4.342	33.404	33.404	2.751	21.160
2	2.478	19.058	52.462	2.478	19.058	52.462	2.063	15.869	37.029
3	1.927	14.822	67.284	1.927	14.822	67.284	1.874	14.416	51.445
4	1.397	10.748	78.032	1.397	10.748	78.032	1.873	14.410	65.854
5	1.249	9.607	87.639	1.249	9.607	87.639	1.848	14.215	80.069
6	.820	6.310	93.948	.820	6.310	93.948	1.804	13.879	93.948
7	.276	2.119	96.068						
8	.164	1.262	97.330						
9	.108	.828	98.158						
10	.096	.742	98.900						
11	.071	.548	99.448						
12	.051	.395	99.843						
13	.020	.157	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained Variabel Sikap pada Merek Dimensi Conviction Sub-Dimensi Actual Product (Iklan Selebriti)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
	1	2.520	35.999	35.999	2.520	35.999	35.999	2.220	31.710
2	2.150	30.719	66.719	2.150	30.719	66.719	2.049	29.270	60.980
3	.838	11.973	78.692	.838	11.973	78.692	1.240	17.712	78.692
4	.650	9.284	87.976						
5	.497	7.094	95.070						
6	.242	3.459	98.529						
7	.103	1.471	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained Variabel Sikap pada Merek Dimensi Conviction Sub-Dimensi Actual Product (Iklan Non-Selebriti)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
	1	3.462	49.452	49.452	3.462	49.452	49.452	2.599	37.133
2	1.675	23.924	73.376	1.675	23.924	73.376	1.915	27.359	64.492
3	1.223	17.472	90.848	1.223	17.472	90.848	1.845	26.356	90.848
4	.233	3.328	94.176						
5	.201	2.873	97.049						
6	.138	1.977	99.026						
7	.068	.974	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained Variabel Sikap pada Merek Dimensi Conviction Sub-Dimensi Image Product (Iklan Selebriti)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.679	28.299	28.299	3.679	28.299	28.299	2.501	19.241	19.241
2	3.048	23.450	51.748	3.048	23.450	51.748	1.990	15.306	34.546
3	2.148	16.520	68.268	2.148	16.520	68.268	1.960	15.077	49.624
4	.990	7.619	75.888	.990	7.619	75.888	1.756	13.504	63.127
5	.917	7.053	82.941	.917	7.053	82.941	1.639	12.611	75.738
6	.677	5.206	88.147	.677	5.206	88.147	1.613	12.409	88.147
7	.621	4.779	92.926						
8	.363	2.789	95.715						
9	.174	1.339	97.054						
10	.151	1.165	98.219						
11	.123	.945	99.164						
12	.074	.569	99.733						
13	.035	.267	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained Variabel Sikap pada Merek Dimensi Conviction Sub-Dimensi Image Product (Iklan Non-Selebriti)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.888	29.907	29.907	3.888	29.907	29.907	2.633	20.251	20.251
2	2.788	21.445	51.352	2.788	21.445	51.352	2.004	15.418	35.669
3	1.860	14.310	65.663	1.860	14.310	65.663	1.900	14.614	50.283
4	1.512	11.628	77.290	1.512	11.628	77.290	1.811	13.929	64.212
5	.977	7.516	84.806	.977	7.516	84.806	1.775	13.655	77.867
6	.770	5.926	90.732	.770	5.926	90.732	1.672	12.865	90.732
7	.359	2.763	93.495						
8	.289	2.223	95.718						
9	.234	1.801	97.519						
10	.113	.866	98.385						
11	.097	.744	99.129						
12	.072	.550	99.680						
13	.042	.320	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

LAMPIRAN KUESIONER

Kuesioner Penelitian

Identitas responden

Nama :

Usia :

Berilah **TANDA SILANG (X)** pada tempat yang sesuai dengan jawaban anda atas pernyataan-pernyataan berikut

Keterangan: STS : Sangat Tidak Setuju S : Setuju
TS : Tidak Setuju SS : Sangat Setuju
R : Ragu-ragu

Menurut saya:

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Model iklan yang ditampilkan dalam iklan Pond's White Beauty terkenal.				
2.	Model iklan pernah muncul di media massa (selain dalam iklan Pond's White Beauty).				
3.	Model iklan sering muncul dalam media massa (selain dalam iklan Pond's White Beauty).				
4.	Model iklan memiliki pengetahuan tentang cara kerja Pond's White Beauty.				
5.	Model iklan memiliki pengetahuan tentang cara penggunaan Pond's White Beauty.				
6.	Model iklan memiliki pengetahuan tentang cara membuat kulit lebih putih.				
7.	Model iklan mampu merawat kulitnya agar tetap atau lebih putih.				

8.	Model iklan mampu menunjukkan keindahan kulitnya.				
9.	Model iklan menggunakan Pond's White Beauty secara rutin.				
10.	Model iklan menggunakan Pond's White Beauty untuk jangka waktu yang lama.				
11.	Model iklan puas dengan Pond's White Beauty.				
12.	Model iklan mempunyai reputasi yang baik.				
13.	Model iklan disukai oleh masyarakat.				
14.	Model iklan memperlihatkan kejujuran dalam iklan yang ditampilkan.				
15.	Percaya bahwa Model iklan benar-benar memiliki kulit yang putih.				
16.	Percaya bahwa Model iklan benar-benar menggunakan Pond's White Beauty sebagai produk pemutih kulit.				
17.	Model iklan iklan Pond's White Beauty memiliki kulit putih.				
18.	Model iklan dalam iklan Pond's White Beauty cantik.				
19.	Model iklan dalam iklan Pond's White Beauty menarik.				
20.	Model iklan dalam iklan Pond's White Beauty percaya diri.				
21.	Model iklan dalam iklan Pond's White Beauty berprestasi.				
22.	Saya dan model iklan Pond's White Beauty sama-sama tertarik untuk memiliki kulit putih.				
23.	Saya dan model iklan Pond's White Beauty sama-sama merawat kecantikan kulit.				
24.	Saya dan model iklan Pond's White Beauty sama-sama membutuhkan produk pemutih kulit.				

25.	Saya dan model iklan Pond's White Beauty sama-sama percaya diri.				
26.	Saya dan model iklan Pond's White Beauty sama-sama berprestasi.				

Menurut saya:

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya menyukai fungsi Pond's White Beauty sebagai produk kecantikan.				
2.	Saya menyukai fungsi Pond's White Beauty sebagai produk pemutih kulit.				
3.	Saya Menyukai bentuk kemasan Pond's White Beauty.				
4.	Saya menyukai warna kemasan Pond's White Beauty.				
5.	Saya menyukai logo Pond's White Beauty.				
6.	Saya menyukai produk Pond's White Beauty karena harganya terjangkau.				
7.	Saya menyukai produk Pond's White Beauty karena harganya sesuai (tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah).				
8.	Saya menyukai Pond's White Beauty karena dapat membuat kulit lebih putih.				
9.	Saya menyukai Pond's White Beauty karena dapat membuat kulit lebih bersih.				
10.	Menyukai Pond's White Beauty karena dapat membuat kulit lebih cerah.				
11.	Saya menyukai Pond's White Beauty karena dapat menambah percaya diri.				
12.	Saya menyukai Pond's White Beauty karena membuat lebih dihargai oleh orang lain.				

13.	Saya menyukai Pond's White Beauty karena pengaruh dari orang lain.				
14.	Saya menyukai Pond's White Beauty karena Pond's White Beauty dipakai oleh banyak orang.				
15.	Saya menyukai Pond's White Beauty karena Pond's White Beauty memiliki reputasi yang baik.				
16.	Saya menyukai Pond's White Beauty karena Pond's White Beauty tidak pernah masuk ke dalam <i>black list</i> produk kecantikan.				
17.	Saya menyukai Pond's White Beauty karena diproduksi oleh PT. Unilever yang merupakan perusahaan besar.				
18.	Saya menyukai Pond's White Beauty karena Unilever sudah sering memproduksi produk kecantikan.				
19.	Saya menyukai nama merek Pond's White Beauty karena mudah diingat.				
20.	Saya menyukai nama merek Pond's White Beauty karena sudah terkenal.				

Menurut saya:

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya lebih memilih Pond's White Beauty sebagai produk kecantikan.				
2.	Saya lebih memilih Pond's White Beauty sebagai produk pemutih kulit.				
3.	Saya lebih memilih Pond's White Beauty karena bentuk kemasan Pond's White Beauty				
4.	Saya lebih memilih Pond's White Beauty karena warna kemasan Pond's White Beauty.				

5.	Saya lebih memilih Pond's White Beauty karena logo Pond's White Beauty.				
6.	Saya lebih memilih Pond's White Beauty karena harganya terjangkau.				
7.	Saya lebih memilih Pond's White Beauty karena harganya sesuai (tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah).				
8.	Saya lebih memilih Pond's White Beauty karena dapat membuat kulit lebih putih.				
9.	Saya lebih memilih Pond's White Beauty karena dapat membuat kulit lebih bersih.				
10.	Saya lebih memilih Pond's White Beauty karena dapat membuat kulit lebih cerah.				
11.	Saya lebih memilih Pond's White Beauty karena dapat menambah percaya diri				
12.	Saya lebih memilih Pond's White Beauty karena membuat lebih dihargai oleh orang lain.				
13.	Saya lebih memilih Pond's White Beauty karena pengaruh dari orang lain.				
14.	Saya lebih memilih Pond's White Beauty karena Pond's White Beauty dipakai oleh banyak orang.				
15.	Saya lebih memilih Pond's White Beauty karena Pond's White Beauty memiliki reputasi yang baik.				
16.	Saya lebih memilih Pond's White Beauty karena Pond's White Beauty tidak pernah masuk ke dalam <i>black list</i> produk kecantikan.				
17.	Saya lebih memilih Pond's White Beauty karena diproduksi oleh PT. Unilever yang merupakan perusahaan besar.				

18.	Saya lebih memilih Pond's White Beauty karena Unilever sudah sering memproduksi produk kecantikan.				
19.	Saya lebih memilih Pond's White Beauty karena nama merek Pond's White Beauty karena mudah diingat.				
20.	Saya lebih memilih Pond's White Beauty karena nama merek Pond's White Beauty karena sudah terkenal.				

Menurut saya:

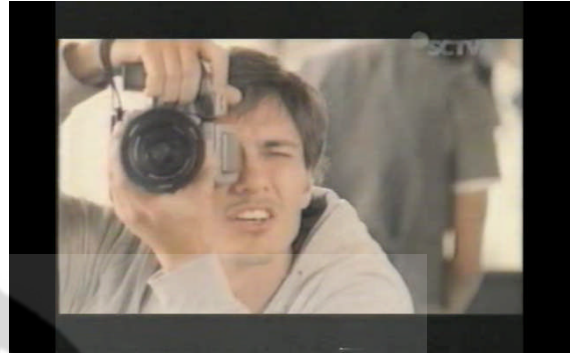
No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya yakin akan membeli Pond's White Beauty sebagai produk kecantikan.				
2.	Saya yakin akan membeli Pond's White Beauty sebagai produk pemutih kulit.				
3.	Saya yakin akan membeli Pond's White Beauty karena bentuk kemasan Pond's White Beauty.				
4.	Saya yakin akan membeli Pond's White Beauty karena warna kemasan Pond's White Beauty				
5.	Saya yakin akan membeli Pond's White Beauty karena logo Pond's White Beauty.				
6.	Saya yakin akan membeli Pond's White Beauty karena harganya terjangkau.				
7.	Saya yakin akan membeli Pond's White Beauty karena harganya sesuai (tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah).				
8.	Saya yakin akan membeli Pond's White Beauty karena dapat membuat kulit lebih putih.				
9.	Saya yakin akan membeli Pond's White Beauty karena dapat membuat kulit lebih bersih.				

10.	Saya yakin akan membeli Pond's White Beauty karena dapat membuat kulit lebih cerah.				
11.	Saya yakin akan membeli Pond's White Beauty karena dapat menambah percaya diri.				
12.	Saya yakin akan membeli Pond's White Beauty karena membuat lebih dihargai oleh orang lain.				
13.	Saya yakin akan membeli Pond's White Beauty karena pengaruh dari orang lain.				
14.	Saya yakin akan membeli Pond's White Beauty karena Pond's White Beauty dipakai oleh banyak orang.				
15.	Saya yakin akan membeli Pond's White Beauty karena Pond's White Beauty memiliki reputasi yang baik.				
16.	Saya yakin akan membeli Pond's White Beauty karena Pond's White Beauty tidak pernah masuk ke dalam <i>black list</i> produk kecantikan.				
17.	Saya yakin akan membeli Pond's White Beauty karena diproduksi oleh PT. Unilever yang merupakan perusahaan besar.				
18.	Saya yakin akan membeli Pond's White Beauty karena Unilever sudah sering memproduksi produk kecantikan.				
19.	Saya yakin akan membeli Pond's White Beauty karena nama merek Pond's White Beauty karena mudah diingat.				
20.	Saya yakin akan membeli Pond's White Beauty karena nama merek Pond's White Beauty karena sudah terkenal.				

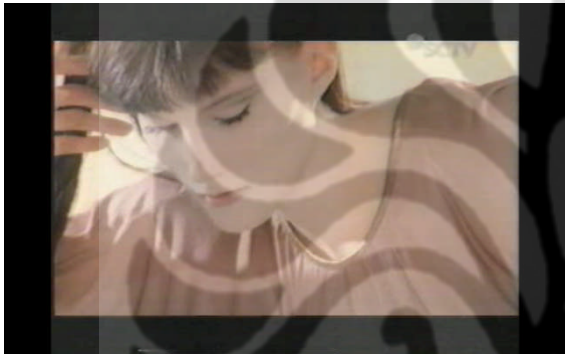
TVC Pond's White Beauty versi *Photographer Taking Picture*



Scene 1: Fotografer memotret model.



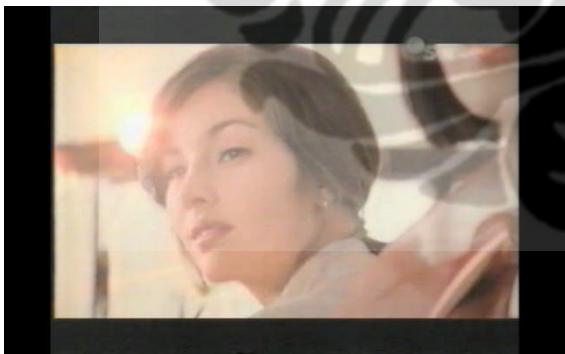
Scene 2: Close-up wajah fotografer.



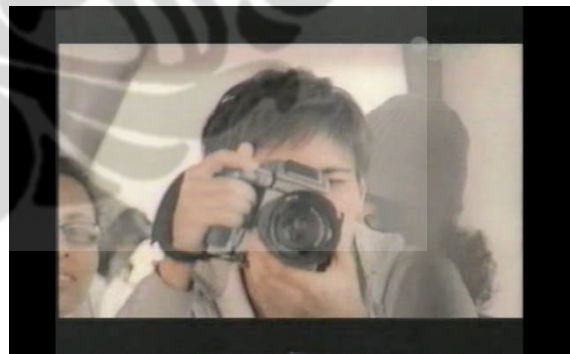
Scene 3: Close-up wajah model berkulit pucat.
FVO : “Krim wajahmu membuat kulitmu putih pucat?”



Scene 4: Fotografer berbicara dengan salah satu kru foto.
MVO: “Saya mau wajah yang putih merona, bukan putih pucat.”



Scene 5: Close-up wajah salah seorang kru foto yang memiliki kulit wajah putih merona.



Scene 6: Fotografer memotret wanita yang memiliki kulit wajah putih merona.



Scene 7: Wanita yang memiliki kulit wajah putih merona berjalan melewati seorang model berkulit putih pucat.



Scene 8: Close-up wajah wanita berkulit putih, dengan tulisan Lycopenne dan Pro-Vitamin B3
FVO: “Baru, Pond’s White Beauty dengan Lycopene plus Pro Vitamin B3.”



Scene 9: Close-up wajah wanita yang memiliki kulit putih merona, menunjukkan perbedaan warna kulitnya.
FVO: “Menjadikan kulit putih merona bersinar dan perlindungan Triple-UV.”



Scene 10: Fotografer dan wanita berkulit putih merona sedang jalan berdua.



Scene 11: Menampilkan *billboard* yang berisi gambar wanita berkulit putih merona dan wanita berkulit putih pucat.
FVO: “Putih pucat atau putih merona bersinar? Tentukan pilihanmu.”



Scene 12: Close-up kemasan Pond’s White Beauty.
FVO: “Baru, Pond’s White Beauty.”

TVC Pond's White Beauty versi Bunga Citra Lestari



Scene 1: Bunga Citra Lestari dalam suatu ruangan serba putih sedang menyiram bunga.
FVO: "Semua yang dirawat, pasti tampak lebih cantik, termasuk kulitmu."



Scene 2: Close-up wajah Bunga Citra Lestari dengan tulisan Bunga Citra Lestari, artis.



Scene 3: Close-up baju putih yang akan dikenakan oleh Bunga Citra Lestari.



Scene 4: Bunga Citra Lestari mencoba baju putih di depan kaca.
FVO: "Rawatlah kulitmu sejak dini dengan moisturizer."



Scene 5: Close-up kemasan Pond's White Beauty



Scene 6: Close-up wajah Bunga Citra Lestari yang sedang menggunakan Pond's White Beauty.
FVO: "Cukup dengan Pond's White Beauty Moisturizer, kulit terasa halus lembut."



Scene 7: Close-up wajah Bunga Citra Lestari yang masih berkulit gelap, dengan tulisan 2 minggu.
FVO: “Dan tampak lebih putih bersinar dalam 2 minggu.”



Scene 8: Close-up wajah Bunga Citra Lestari setelah memakai Pond's, dengan tulisan 2 minggu.



Scene 9: Banyak wartawan yang ingin memotret Bunga Citra Lestari di acara Music Award.



Scene 10: Bunga Citra Lestari tampil dengan kulit putih dan dengan baju yang tadi dicobanya.



Scene 11: Bunga Citra Lestari memperoleh piala.
FVO: “Kulit putih dan bersinar, awal hidup yang bersinar.”



Scene 12: Close-up kemasan Pond's White Beauty
Dengan Pond's, putih dan bersinar itu mudah.