

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Arwan Mega Susila
Tempat dan Tanggal Lahir : Wonogiri, 16 Mei 1985
Alamat : Jl. Selamat E-29 Lereng Indah, Pd.Cabe
Udik, Pamulang, Tangerang 15418
Nomor telepon : 08568158805
Nama Orang tua : Ayah : Drs. Bambang Edi.S,M.Sc.
: Ibu : Dra. Nuk Eko Dyah.R

Riwayat pendidikan formal :

SD : SDN 03 Pondok Labu, Jakarta
SMP : SLTP 85 Jakarta
SMA : SMUN 66 Jakarta
D-3 : Diploma III Administrasi Asuransi dan Aktuaria Fakultas Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, Depok



Lampiran 1

Kuesioner Penelitian



PROGRAM SARJANA EKSTENSI
ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS INDONESIA

Kuesioner.....

No.

Depok, 2008

Kepada Yth:

Bapak / Ibu / Sdr / Sdri

Di tempat

Dengan Hormat,

Saya mahasiswa Universitas Indonesia, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, Jurusan Administrasi Niaga sedang melakukan penelitian yang ditujukan untuk kepentingan akademis yaitu penyusunan skripsi yang digunakan sebagai persyaratan untuk penyelesaian studi sarjana ekstensi di Universitas Indonesia. Dalam hal ini penelitian saya berjudul "pengaruh *celebrity endorser credibility* terhadap sikap merek esia studi pada: artis Ringgo Agus Rahman."

Sehubungan dengan hal tersebut maka kiranya Bapak / Ibu / Sdr / Sdri mau meluangkan waktu untuk mengisi keusioner ini. Atas kerjasama Bapak / Ibu / Sdr / Sdri dalam meluangkan waktu menjawab kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Arwan Mega Susila

Kuesioner

Bagian A:

1. Apakah anda pengguna Esia ?
 - a. Ya
 - b. Tidak

2. Jenis Kelamin:
 - a. Laki – Laki
 - b. Perempuan

3. Usia:
 - a. ≤ 20 Tahun
 - b. $> 20 - \leq 30$ Tahun
 - c. $> 26 - \leq 30$ Tahun
 - d. $> 31 - \leq 35$ Tahun
 - e. > 35 Tahun

4. Tingkat Pendidikan terakhir:
 - a. SD
 - b. SMP/ Sederajat
 - c. SMA/ Sederajat
 - d. Diploma 3
 - e. S 1

5. Pengalaman bekerja:
 - a. Tidak ada
 - b. ≤ 1 Tahun
 - c. > 1 Tahun - ≤ 2 Tahun
 - d. > 2 Tahun - ≤ 3 Tahun
 - e. > 3 Tahun - ≤ 4 Tahun
 - f. > 4 Tahun

6. Pengeluaran total perbulan anda kira – kira:
 - a. $< \text{Rp } 500.000$
 - b. $\text{Rp } 500.001 - \text{Rp } 1.000.000$
 - c. $\text{Rp } 1.000.001 - \text{Rp } 1.500.000$
 - d. $\text{Rp } 1.500.001 - \text{Rp } 2.000.000$
 - e. $> \text{Rp } 2.000.001$

7. Lama menonton televisi dalam satu hari ?
 - a. 1 jam – 2 jam
 - b. ≥ 2 jam – 3 jam
 - c. ≥ 3 jam – 4 jam
 - d. ≥ 4 jam – 5 jam
 - e. ≥ 5 jam

8. Waktu menonton televisi lebih banyak pada waktu?
 - a. Pagi (pk 06.00 – 10.00)
 - b. Siang (pk 11.00 – 14.00)
 - c. Sore (pk 16.30 – 19.00)
 - d. Malam (pk 19.30 – 23.00)

9. Stasiun televisi yang paling banyak ditonton dalam sehari?
 - a. RCTI
 - b. SCTV
 - c. Indosiar
 - d. TPI
 - e. ANTV
 - f. Trans TV
 - g. Global TV
 - h. Trans 7
 - i. Metro TV

10. Sim card telepon seluler lain yang anda miliki?
 - a. Simpati
 - b. Halo

- c. Matrix
- d. Mentari
- e. IM3

- f. Pro XL
- g. Flexi
- h. Lainnya:

Petunjuk Pengisian

Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda Silang (X) atau Checklist (√) pada jawaban yang menunjukkan persetujuan dan kesetidaksetujuan anda terhadap pertanyaan yang ada. Semakin ke kiri, maka semakin besar ketidaksetujuan anda, dan semakin ke kanan akan semakin besar persetujuan Anda terhadap pernyataan itu.

Bagian B:

Expertise

1. Ringgo Agus Rahman memiliki kemampuan berkomunikasi.
Sangat Tidak Setuju $\overline{1}$ $\overline{2}$ $\overline{3}$ $\overline{4}$ $\overline{5}$ $\overline{6}$ $\overline{7}$ Sangat Setuju
2. Ringgo Agus Rahman mempunyai pengetahuan yang baik mengenai produk Esia.
Sangat Tidak Setuju $\overline{1}$ $\overline{2}$ $\overline{3}$ $\overline{4}$ $\overline{5}$ $\overline{6}$ $\overline{7}$ Sangat Setuju
3. Ringgo Agus Rahman memenuhi syarat untuk mengiklankan produk Esia.
Sangat Tidak Setuju $\overline{1}$ $\overline{2}$ $\overline{3}$ $\overline{4}$ $\overline{5}$ $\overline{6}$ $\overline{7}$ Sangat Setuju
4. Ringgo Agus Rahman memiliki pengetahuan yang memadai tentang Esia.
Sangat Tidak Setuju $\overline{1}$ $\overline{2}$ $\overline{3}$ $\overline{4}$ $\overline{5}$ $\overline{6}$ $\overline{7}$ Sangat Setuju

Trustworthiness

5. Dalam penyampaian pesan iklan Esia Ringgo Agus Rahman mengatakan dengan jujur.
Sangat Tidak Setuju $\overline{1}$ $\overline{2}$ $\overline{3}$ $\overline{4}$ $\overline{5}$ $\overline{6}$ $\overline{7}$ Sangat Setuju
6. Ringgo Agus Rahman mempunyai kelayakan untuk dipertahankan sebagai endorser Esia.
Sangat Tidak Setuju $\overline{1}$ $\overline{2}$ $\overline{3}$ $\overline{4}$ $\overline{5}$ $\overline{6}$ $\overline{7}$ Sangat Setuju
7. Informasi yang disampaikan Ringgo Agus Rahman tersebut dapat dipercaya.
Sangat Tidak Setuju $\overline{1}$ $\overline{2}$ $\overline{3}$ $\overline{4}$ $\overline{5}$ $\overline{6}$ $\overline{7}$ Sangat Setuju
8. Ringgo Agus Rahman menggunakan produk Esia.
Sangat Tidak Setuju $\overline{1}$ $\overline{2}$ $\overline{3}$ $\overline{4}$ $\overline{5}$ $\overline{6}$ $\overline{7}$ Sangat Setuju

Attractiveness

9. Ringgo Agus Rahman merupakan orang yang berbakat di bidangnya.
Sangat Tidak Setuju $\overline{1}$ $\overline{2}$ $\overline{3}$ $\overline{4}$ $\overline{5}$ $\overline{6}$ $\overline{7}$ Sangat Setuju
10. Ringgo Agus Rahman merupakan orang yang tepat untuk mewakili produk Esia.
Sangat Tidak Setuju $\overline{1}$ $\overline{2}$ $\overline{3}$ $\overline{4}$ $\overline{5}$ $\overline{6}$ $\overline{7}$ Sangat Setuju

11. Ringgo Agus Rahman mempunyai karakter kepribadian yang menarik.

Sangat Tidak Setuju $\bar{1}$ $\bar{2}$ $\bar{3}$ $\bar{4}$ $\bar{5}$ $\bar{6}$ $\bar{7}$ Sangat Setuju

12. Ringgo Agus Rahman senang bersosialisasi sebagai artis.

Sangat Tidak Setuju $\bar{1}$ $\bar{2}$ $\bar{3}$ $\bar{4}$ $\bar{5}$ $\bar{6}$ $\bar{7}$ Sangat Setuju

13. Ringgo Agus Rahman memiliki penampilan yang menarik.

Sangat Tidak Setuju $\bar{1}$ $\bar{2}$ $\bar{3}$ $\bar{4}$ $\bar{5}$ $\bar{6}$ $\bar{7}$ Sangat Setuju

14. Ringgo Agus Rahman sangat supel sebagai artis.

Sangat Tidak Setuju $\bar{1}$ $\bar{2}$ $\bar{3}$ $\bar{4}$ $\bar{5}$ $\bar{6}$ $\bar{7}$ Sangat Setuju

15. Ringgo Agus Rahman berjiwa muda.

Sangat Tidak Setuju $\bar{1}$ $\bar{2}$ $\bar{3}$ $\bar{4}$ $\bar{5}$ $\bar{6}$ $\bar{7}$ Sangat Setuju

Sikap Merek

16. Saya akan menyukai Esia setelah melihat iklan yang diperankan Ringgo Agus Rahman.

Sangat Tidak Setuju $\bar{1}$ $\bar{2}$ $\bar{3}$ $\bar{4}$ $\bar{5}$ $\bar{6}$ $\bar{7}$ Sangat Setuju

17. Setelah melihat iklan Esia yang diperankan Ringgo Agus Rahman pengetahuan saya mengenai Esia akan bertambah.

Sangat Tidak Setuju $\bar{1}$ $\bar{2}$ $\bar{3}$ $\bar{4}$ $\bar{5}$ $\bar{6}$ $\bar{7}$ Sangat Setuju

18. Saya akan tertarik mencari informasi tentang Esia setelah melihat iklan yang diperankan Ringgo Agus Rahman.

Sangat Tidak Setuju $\bar{1}$ $\bar{2}$ $\bar{3}$ $\bar{4}$ $\bar{5}$ $\bar{6}$ $\bar{7}$ Sangat Setuju

19. Saya akan percaya terhadap produk Esia setelah melihat iklan yang diperankan Ringgo Agus Rahman.

Sangat Tidak Setuju $\bar{1}$ $\bar{2}$ $\bar{3}$ $\bar{4}$ $\bar{5}$ $\bar{6}$ $\bar{7}$ Sangat Setuju

20. Saya akan merekomendasikan produk Esia kepada orang lain setelah melihat iklan yang diperankan Ringgo Agus Rahman.

Sangat Tidak Setuju $\bar{1}$ $\bar{2}$ $\bar{3}$ $\bar{4}$ $\bar{5}$ $\bar{6}$ $\bar{7}$ Sangat Setuju



Lampiran 2

Hasil Pengolahan dan Analisis Faktor

1. Expertise

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.679
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	120.637
	df	3
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		Mampu Komunikasi	Mengetahui Esia	Syarat Iklan
Anti-image Covariance	Mampu Komunikasi	.446	-.075	-.263
	Mengetahui Esia	-.075	.635	-.184
	Syarat Iklan	-.263	-.184	.393
Anti-image Correlation	Mampu Komunikasi	.662(a)	-.141	-.627
	Mengetahui Esia	-.141	.798(a)	-.369
	Syarat Iklan	-.627	-.369	.629(a)

a Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
Mampu Komunikasi	1.000	.768
Mengetahui Esia	1.000	.642
Syarat Iklan	1.000	.825

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.236	74.520	74.520	2.236	74.520	74.520
2	.512	17.065	91.585			
3	.252	8.415	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Componen t 1
Mampu Komunikasi	.877
Mengetahui Esia	.801
Syarat Iklan	.908

Extraction Method: Principal Component Analysis.
a 1 components extracted.

2. Trustworthiness

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.782
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	154.399
	df	6
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		Berkata Jujur	Layak Sebagai Endorser	Informasi Dipercaya	Menggunakan Esia
Anti-image Covariance	Berkata Jujur	.412	-.231	-.143	-.086
	Layak Sebagai Endorser	-.231	.447	-.108	-.058
	Informasi Dipercaya	-.143	-.108	.552	-.145
	Menggunakan Esia	-.086	-.058	-.145	.724
Anti-image Correlation	Berkata Jujur	.733(a)	-.540	-.300	-.158
	Layak Sebagai Endorser	-.540	.749(a)	-.218	-.102
	Informasi Dipercaya	-.300	-.218	.830(a)	-.230
	Menggunakan Esia	-.158	-.102	-.230	.876(a)

a Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
Berkata Jujur	1.000	.763
Layak Sebagai Endorser	1.000	.725
Informasi Dipercaya	1.000	.675
Menggunakan Esia	1.000	.491

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.654	66.340	66.340	2.654	66.340	66.340
2	.633	15.823	82.163			
3	.437	10.917	93.079			
4	.277	6.921	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component
	1
Berkata Jujur	.873
Layak Sebagai Endorser	.852
Informasi Dipercaya	.821
Menggunakan Esia	.700

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

3. Attractiveness

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.904
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	387.412
	df	21
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		Orang Berbakat	Mewakili Esia	Pribadi Menarik	Senang Sosialisasi	Penampilan Menarik	Supel	Berjiwa Muda
Anti-image Covariance	Orang Berbakat	.444	-.167	.001	-.031	-.003	-.104	-.092
	Mewakili Esia	-.167	.441	-.112	-.076	.003	-.046	.044
	Pribadi Menarik	.001	-.112	.312	-.068	-.121	-.069	-.108
	Senang Sosialisasi	-.031	-.076	-.068	.569	-.076	-.051	-.025
	Penampilan Menarik	-.003	.003	-.121	-.076	.494	-.026	-.098
	Supel	-.104	-.046	-.069	-.051	-.026	.435	-.088
	Berjiwa Muda	-.092	.044	-.108	-.025	-.098	-.088	.415

		Orang Berbakat	Mewakili Esia	Pribadi Menarik	Senang Sosialisasi	Penampilan Menarik	Supel	Berjiwa Muda
Anti-image Correlation	Orang Berbakat	.890(a)	-.377	.003	-.062	-.006	-.236	-.214
	Mewakili Esia	-.377	.876(a)	-.302	-.152	.007	-.106	.102
	Pribadi Menarik	.003	-.302	.882(a)	-.162	-.309	-.187	-.300
	Senang Sosialisasi	-.062	-.152	-.162	.951(a)	-.142	-.103	-.052
	Penampilan Menarik	-.006	.007	-.309	-.142	.917(a)	-.056	-.215
	Supel	-.236	-.106	-.187	-.103	-.056	.931(a)	-.207
	Berjiwa Muda	-.214	.102	-.300	-.052	-.215	-.207	.899(a)

a Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
Orang Berbakat	1.000	.629
Mewakili Esia	1.000	.617
Pribadi Menarik	1.000	.769
Senang Sosialisasi	1.000	.549
Penampilan Menarik	1.000	.583
Supel	1.000	.673
Berjiwa Muda	1.000	.663

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.483	64.047	64.047	4.483	64.047	64.047
2	.641	9.159	73.206			
3	.538	7.685	80.891			
4	.425	6.070	86.961			
5	.354	5.061	92.022			
6	.330	4.711	96.734			
7	.229	3.266	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component
	1
Orang Berbakat	.793
Mewakili Esia	.785
Pribadi Menarik	.877
Senang Sosialisasi	.741
Penampilan Menarik	.764
Supel	.821
Berjiwa Muda	.814

Extraction Method: Principal Component Analysis.
a. 1 components extracted.

4. Sikap Merek

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.793
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	171.560
	df	6
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		Suka Esia	Tertarik Cari Info	Percaya thd Esia	Merekomendasikan
Anti-image Covariance	Suka Esia	.607	-.040	-.195	-.065
	Tertarik Cari Info	-.040	.437	-.177	-.190
	Percaya thd Esia	-.195	-.177	.412	-.098
	Merekomendasikan	-.065	-.190	-.098	.524
Anti-image Correlation	Suka Esia	.831(a)	-.079	-.390	-.115
	Tertarik Cari Info	-.079	.773(a)	-.417	-.396
	Percaya thd Esia	-.390	-.417	.765(a)	-.211
	Merekomendasikan	-.115	-.396	-.211	.824(a)

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
Suka Esia	1.000	.584
Tertarik Cari Info	1.000	.739
Percaya thd Esia	1.000	.772
Merekomendasikan	1.000	.671

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.765	69.135	69.135	2.765	69.135	69.135
2	.573	14.325	83.460			
3	.377	9.419	92.879			
4	.285	7.121	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component
	1
Suka Esia	.764
Tertarik Cari Info	.860
Percaya thd Esia	.878
Merekomendasikan	.819

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.



Lampiran 3

Hasil Reliabilitas dengan
Cronbach Alpha

1. Expertise

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	100	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.829	3

2. Trustworthiness

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	100	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.825	4

3. Attractiveness

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	100	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.904	7

4. Sikap Merek

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	100	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.852	5



Lampiran 4

Hasil Rata-rata, Modus dan Tabel Frekuensi

1. Expertise

Frequencies

		Mampu Komunikasi	Mengetahui Esia	Syarat Iklan
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		4.84	4.10	4.73
Mode		6	5	6

Frequency Table

Mampu Komunikasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	5.0	5.0	5.0
	2	6	6.0	6.0	11.0
	3	7	7.0	7.0	18.0
	4	17	17.0	17.0	35.0
	5	24	24.0	24.0	59.0
	6	29	29.0	29.0	88.0
	7	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Mengetahui Esia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	9	9.0	9.0	9.0
	2	8	8.0	8.0	17.0
	3	15	15.0	15.0	32.0
	4	19	19.0	19.0	51.0
	5	31	31.0	31.0	82.0
	6	17	17.0	17.0	99.0
	7	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Syarat Iklan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	5.0	5.0	5.0
2	11	11.0	11.0	16.0
3	6	6.0	6.0	22.0
4	14	14.0	14.0	36.0
5	24	24.0	24.0	60.0
6	28	28.0	28.0	88.0
7	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

2. Trustworthiness

Frequencies

Statistics

		Berkata Jujur	Layak Sebagai Endorser	Informasi Dipercaya	Menggunakan Esia
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.26	4.78	4.36	4.57
Mode		5	6	5	4

Frequency Table

Berkata Jujur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	12	12.0	12.0	12.0
2	7	7.0	7.0	19.0
3	11	11.0	11.0	30.0
4	15	15.0	15.0	45.0
5	29	29.0	29.0	74.0
6	20	20.0	20.0	94.0
7	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Layak Sebagai Endorser

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	10	10.0	10.0	11.0
3	12	12.0	12.0	23.0
4	15	15.0	15.0	38.0
5	24	24.0	24.0	62.0
6	25	25.0	25.0	87.0
7	13	13.0	13.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Informasi Dipercaya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	8	8.0	8.0	8.0
2	9	9.0	9.0	17.0
3	11	11.0	11.0	28.0
4	18	18.0	18.0	46.0
5	27	27.0	27.0	73.0
6	19	19.0	19.0	92.0
7	8	8.0	8.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Menggunakan Esia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	7	7.0	7.0	7.0
2	9	9.0	9.0	16.0
3	10	10.0	10.0	26.0
4	22	22.0	22.0	48.0
5	16	16.0	16.0	64.0
6	18	18.0	18.0	82.0
7	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

3. Attractiveness

Frekuensi

Statistics

		Orang Berbakat	Mewakili Esia	Pribadi Menarik	Senang Sosialisasi	Penampilan Menarik	Supel	Berjiwa Muda
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.21	4.88	5.03	5.01	4.53	5.50	5.63
Mode		6	5	6	6	5	7	7

Frequency Table

Orang Berbakat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4.0	4.0	4.0
	2	4	4.0	4.0	8.0
	3	8	8.0	8.0	16.0
	4	9	9.0	9.0	25.0
	5	22	22.0	22.0	47.0
	6	32	32.0	32.0	79.0
	7	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Mewakili Esia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	14	14.0	14.0	14.0
	3	6	6.0	6.0	20.0
	4	15	15.0	15.0	35.0
	5	25	25.0	25.0	60.0
	6	23	23.0	23.0	83.0
	7	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pribadi Menarik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	7	7.0	7.0	7.0
2	6	6.0	6.0	13.0
3	7	7.0	7.0	20.0
4	9	9.0	9.0	29.0
5	19	19.0	19.0	48.0
6	32	32.0	32.0	80.0
7	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Senang Sosialisasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	4	4.0	4.0	5.0
3	15	15.0	15.0	20.0
4	15	15.0	15.0	35.0
5	18	18.0	18.0	53.0
6	32	32.0	32.0	85.0
7	15	15.0	15.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Penampilan Menarik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	7	7.0	7.0	7.0
2	6	6.0	6.0	13.0
3	15	15.0	15.0	28.0
4	14	14.0	14.0	42.0
5	26	26.0	26.0	68.0
6	21	21.0	21.0	89.0
7	11	11.0	11.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Supel

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	3.0	3.0	3.0
2	3	3.0	3.0	6.0
3	3	3.0	3.0	9.0
4	11	11.0	11.0	20.0
5	22	22.0	22.0	42.0
6	28	28.0	28.0	70.0
7	30	30.0	30.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Berjiwa Muda

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	2.0	2.0	2.0
3	5	5.0	5.0	7.0
4	12	12.0	12.0	19.0
5	21	21.0	21.0	40.0
6	29	29.0	29.0	69.0
7	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

4. Sikap Merek

Frequencies

Statistics

	Suka Esia	Tertarik Cari Info	Percaya thd Esia	Merekomen dasikan
N Valid	100	100	100	100
Missing	0	0	0	0
Mean	4.06	3.84	4.12	3.76
Mode	5	3	3	2

Frequency Table

Suka Esia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	16	16.0	16.0	16.0
	2	6	6.0	6.0	22.0
	3	17	17.0	17.0	39.0
	4	15	15.0	15.0	54.0
	5	22	22.0	22.0	76.0
	6	11	11.0	11.0	87.0
	7	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tertarik Cari Info

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	13	13.0	13.0	13.0
	2	11	11.0	11.0	24.0
	3	25	25.0	25.0	49.0
	4	12	12.0	12.0	61.0
	5	16	16.0	16.0	77.0
	6	15	15.0	15.0	92.0
	7	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Percaya thd Esia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	8.0	8.0	8.0
	2	14	14.0	14.0	22.0
	3	20	20.0	20.0	42.0
	4	15	15.0	15.0	57.0
	5	16	16.0	16.0	73.0
	6	13	13.0	13.0	86.0
	7	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Merekomendasikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	14	14.0	14.0	14.0
	2	20	20.0	20.0	34.0
	3	13	13.0	13.0	47.0
	4	13	13.0	13.0	60.0
	5	18	18.0	18.0	78.0
	6	13	13.0	13.0	91.0
	7	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	





Lampiran 5

Hasil Analisis Multiple Regression

Regression

Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	REGR Factor Score Attractivene ss, REGR Factor Score Trustwortine ss, REGR Factor Score Expertise(a)		Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: REGR Factor Score Sikap Merek

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.787(a)	.620	.607	.56526669

a Predictors: (Constant), REGR Factor Score Attractiveness, REGR Factor Score Trustworthiness, REGR Factor Score Expertise

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	47.387	3	15.796	49.434	.000(a)
	Residual	29.077	91	.320		
	Total	76.464	94			

a Predictors: (Constant), REGR Factor Score Attractiveness, REGR Factor Score Trustworthiness, REGR Factor Score Expertise

b Dependent Variable: REGR Factor Score Sikap Merek

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	.073	.059		1.242	.217
	REGR Factor Score Expertise	.502	.092	.557	5.438	.000
	REGR Factor Score Trustworthiness	.063	.059	.070	1.070	.288
	REGR Factor Score Attractiveness	.277	.104	.273	2.664	.009

a. Dependent Variable: REGR Factor Score Sikap Merek

