



LAMPIRAN I
KUESIONER PENELITIAN

Perkenalkan, nama saya adalah Rizal Khadafi. Saya adalah mahasiswa S1 Ekstensi Jurusan Ilmu Komunikasi – Periklanan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan skripsi dengan judul:

**Pengaruh Respon Khalayak pada Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian
pada Merek
(Studi pada Iklan Televisi “Pasti Pas!” Pertamina)**

Untuk itu saya memohon kesediaan Anda untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner yang saya berikan. Dalam kuesioner ini, tidak ada jawaban benar atau salah. Untuk itu, saya mengharapkan jawaban yang sejujurnya dan yang paling sesuai dengan pendapat pribadi Anda. Oleh karena itu, saya mengharapkan Anda membaca pertanyaannya dengan cermat. Jawaban yang Anda berikan akan saya rahasiakan dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian ini saja. Atas bantuan dari partisipasi Anda, saya ucapkan terima kasih. Semoga Tuhan membalas kebaikan Anda.

No. kuesioner:

Identitas Responden

Nama : (L/P)

No. Telp/HP :

Email :

(beri tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai dengan Anda)

- Usia Anda saat ini?

<input type="checkbox"/>	16 – 20 tahun
<input type="checkbox"/>	21 – 25 tahun
<input type="checkbox"/>	26 – 30 tahun
<input type="checkbox"/>	31 – 35 tahun
<input type="checkbox"/>	36 – 40 tahun
<input type="checkbox"/>	41 – 45 tahun
<input type="checkbox"/>	46 – 50 tahun
<input type="checkbox"/>	51 – 55 tahun
<input type="checkbox"/>	56 – 60 tahun

- Pengeluaran Anda per bulan?

<input type="checkbox"/>	> Rp2.000.001
<input type="checkbox"/>	Rp1.500.001 – Rp2.000.000
<input type="checkbox"/>	Rp700.001 – Rp1.500.000
<input type="checkbox"/>	< Rp700.000

- **RESPON KHALAYAK TERHADAP IKLAN TELEVISI**

Pertanyaan ini diajukan untuk mengukur bagaimana respon Anda terhadap iklan televisi “Pasti Pas” Pertamina.

Berikanlah tanda (X) pada kolom yang menggambarkan persetujuan Anda.

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

a. Dalam iklan televisi “Pasti Pas!” Pertamina, Saya MENYADARI bahwa...

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Produk dalam iklan sebagai produk bahan bakar minyak (bensin) Pertamina.					
2.	Ada latar belakang lokasi pom bensin pada iklan “Pasti Pas!”.					
3.	Ada penggunaan model yang mewakili karyawan pom bensin.					
4.	Ada penggunaan model yang mewakili pelanggan pom bensin.					
5.	Ada tulisan “Pasti Pas!”.					
6.	Ada logo “Pasti Pas!” di iklan.					
7.	Ada logo Pertamina di iklan.					
8.	Ada lagu “Pertamina Pasti Pas!”.					
9.	Ada kalimat “Pastikan, Pasti Pas!” oleh narator di akhir iklan.					

b. Dalam iklan televisi “Pasti Pas!” Pertamina, Saya MEMAHAMI...

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Produk dalam iklan adalah produk bahan bakar minyak (bensin) dari Pertamina.					
2.	Latar belakang di dalam iklan adalah lokasi pom bensin Pertamina beserta fasilitasnya.					
3.	Model yang digunakan pada iklan mewakili karyawan pom bensin Pertamina.					
4.	Model yang digunakan pada iklan mewakili pelanggan pom bensin					

	Pertamina.					
5.	Makna tulisan “Pasti Pas!” pada iklan merujuk pada takaran bensin yang tepat dan pas.					
6.	Logo “Pasti Pas!” pada iklan merujuk pada pom bensin yang telah disertifikasi dan takaran bensinnya tepat dan pas.					
7.	Iklan “Pasti Pas!” Pertamina memakai lagu “Oh oh Siapa Dia? (Payung Fantasi)” yang liriknya diganti menjadi <i>Senyum salam sapa selalu siap menyambut Anda Oh oh di Pasti Pas! Pelayanan cepat dengan takaran yang tepat Oh oh di Pasti Pas! Bersih nyaman suasananya Lebih lengkap fasilitasnya Pas di isi pas di hati Oh oh Pasti Pas! Pertamina Pasti Pas!</i>					
8.	Kata-kata dalam lirik lagu “Pasti Pas!” pada iklan merujuk pada takaran yang tepat serta kualitas dan pelayan yang lebih baik.					
9.	Narator mengucapkan kalimat “Pastikan, Pasti Pas!” pada akhir iklan.					

c. Saya MENYUKAI iklan Televisi “Pasti Pas!” Pertamina karena...

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Latar belakang lokasi pom bensin yang digunakan di iklan.					
2.	Model yang mewakili karyawan pom bensin Pertamina digunakan di iklan.					
3.	Model yang mewakili pelanggan pom bensin Pertamina digunakan di iklan.					
4.	Tulisan “Pasti Pas!” di dalam iklan.					
5.	Logo “Pasti Pas!” Pertamina dalam iklan.					
6.	Lagu/musik yang ada di iklan.					
7.	Kata-kata dalam lirik lagu “Pasti Pas!” pada iklan.					
8.	Kalimat “Pastikan, Pasti Pas!” yang terdengar di akhir iklan.					

d. Saya LEBIH MEMILIH iklan Televisi “Pasti Pas!” Pertamina karena...

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Menggunakan latar belakang lokasi pom bensin Pertamina.					
2.	Menggunakan model yang mewakili karyawan pom bensin Pertamina.					
3.	Menggunakan model yang mewakili pelanggan pom bensin Pertamina.					
4.	Adanya tulisan “Pasti Pas!” di dalam iklan.					
5.	Adanya logo “Pasti Pas!” Pertamina di dalam iklan.					
6.	Lagu/Musik yang digunakan pada iklan lebih menarik.					
7.	Lirik lagu “Pasti Pas!” di dalam iklan lebih menarik.					
8.	Kalimat “Pastikan, Pasti Pas!” yang diucapkan oleh narator pada akhir iklan.					

e. Saya YAKIN pada iklan Televisi “Pasti Pas!” Pertamina karena...

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Ada produk “Pasti Pas!” Pertamina yang ditampilkan di iklan.					
2.	Menggunakan model yang mewakili karyawan pom bensin Pertamina.					
3.	Menggunakan model yang mewakili pelanggan pom bensin Pertamina.					
4.	Ada tulisan “Pasti Pas!” di dalam iklan.					
5.	Ada logo “Pasti Pas!” Pertamina dalam iklan.					
6.	Lagu dan musik yang ada di iklan.					
7.	Kata-kata dalam lirik lagu “Pasti Pas!” pada iklan.					
8.	Kalimat “Pastikan, Pasti Pas!” yang terdengar di akhir iklan.					

- **KEPUTUSAN PEMBELIAN**

Pertanyaan ini diajukan untuk mengukur bagaimana respon Anda terhadap iklan televisi “Pasti Pas” Pertamina.

Berikanlah tanda (X) pada kolom yang menggambarkan persetujuan Anda.

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

f. Menurut saya...

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya membutuhkan bensin ketika saya akan bepergian dengan kendaraan bermotor saya.					

g. Saya LEBIH MEMILIH produk bahan bakar minyak Pertamina karena...

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Harga bensin Pertamina lebih sesuai dengan daya beli dibandingkan dengan yang lain.					
2.	Selama penjualan bensin, pelayanan Pertamina “Pasti Pas!” lebih baik dibandingkan dengan yang lain.					
3.	Pom bensin Pertamina Pasti Pas! lebih mudah didapatkan dibandingkan dengan yang lain.					
4.	Pendapat pelanggan Pertamina lain lebih memengaruhi saya untuk menggunakan Pertamina “Pasti Pas!”.					
5.	Nama Pertamina “Pasti Pas!” lebih baik/terpercaya dibandingkan dengan yang lain.					
6.	Takaran bensin di pom bensin Pertamina “Pasti Pas!” lebih terpercaya (tidak pernah memainkan timbangannya) dibandingkan dengan yang lain.					
7.	Kualitas bensin Pertamina di pom bensin “Pasti Pas!” lebih baik dibandingkan dengan yang lain.					

h. Saya MEMUTUSKAN untuk membeli produk Pertamina karena...

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya YAKIN , harga bensin Pertamina sesuai dengan daya beli saya.					
2.	Saya YAKIN , Pertamina memberikan pelayanan yang baik selama penjualan bensinnya.					
3.	Saya YAKIN , pom bensin Pertamina Pasti Pas! mudah didapatkan.					
4.	Saya YAKIN , pendapat pelanggan Pertamina lain memengaruhi saya untuk menggunakan Pertamina “Pasti Pas!”.					
5.	Saya YAKIN nama Pertamina “Pasti Pas!” baik/terpercaya.					
6.	Saya YAKIN , takaran bensin di pom bensin Pertamina “Pasti Pas!” terpercaya (tidak pernah memainkan timbangannya).					
7.	Saya YAKIN dengan kualitas bensin Pertamina di pom bensin “Pasti Pas!”.					

Mohon diperiksa kembali, jangan sampai ada nomor yang terlewat.

TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASI ANDA.



LAMPIRAN II
HASIL STATISTIK

UJI RELIABILITAS

Uji Reliabilitas Variabel Respons Khalayak pada Iklan Televisi

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.958	42

- **Uji Reliabilitas Dimensi Kognisi**

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.911	18

- **Uji Reliabilitas Dimensi Afeksi**

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.965	24

Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian pada Merek

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	15

- Uji Reliabilitas Dimensi Pengenalan Masalah dan Evaluasi Alternatif

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.811	8

- Uji Reliabilitas Dimensi Keputusan Pembelian

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.828	7

UJI VALIDITAS

Uji Validitas Variabel Respons Khalayak pada Iklan Televisi

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.521
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	5.729
	df	1
	Sig.	.000

Component Matrix^a

	Component
	1
Kognisi	.847
Afeksi	.847

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.

a. 1 components
extracted.

Communalities

	Extraction
Kognisi	.717
Afeksi	.717

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.

Total Variance Explained

Compo nent	Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.434	71.682	71.682

Extraction Method: Principal Component Analysis.

- **Uji Validitas Dimensi Kognisi**

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.586
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	481.317
	df	153
	Sig.	.000

Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
aware1	.733	-.233	.348	-.055	-.265
aware2	.528	-.557	.036	.317	.331
aware3	.741	-.209	-.069	.482	-.146
aware4	.811	-.237	-.037	.299	-.084
aware5	.748	-.441	-.352	-.074	-.108
aware6	.730	-.419	-.412	-.001	-.005
aware7	.707	-.194	-.362	-.246	-.205
aware8	.778	.076	-.103	-.233	.042
aware9	.695	.460	-.101	.101	.326
know1	.769	-.137	.503	-.190	.090
know2	.554	-.251	.407	-.049	.611
know3	.613	.190	.390	.053	-.408
know4	.541	.295	.499	.005	-.335
know5	.724	.000	-.053	-.496	.019
know6	.685	.523	-.365	-.115	-.020
know7	.381	.434	-.054	.658	-.009
know8	.611	.511	.186	-.096	.238
know9	.504	.672	-.292	.000	.096

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 5 components extracted.

Communalities

	Extraction
aware1	.785
aware2	.801
aware3	.850
aware4	.812
aware5	.896
aware6	.878
aware7	.771
aware8	.679
aware9	.822
know1	.907
know2	.911
know3	.734
know4	.741
know5	.774
know6	.890
know7	.770
know8	.734
know9	.800

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	8.037	44.647	44.647	4.412	24.513	24.513
2	2.469	13.719	58.366	3.551	19.730	44.243
3	1.651	9.175	67.541	2.897	16.096	60.340
4	1.298	7.211	74.752	2.163	12.018	72.357
5	1.098	6.098	80.850	1.529	8.493	80.850

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
aware1	.467	.011	.697	.279	.053
aware2	.498	-.137	-.008	.645	.343
aware3	.585	.098	.312	.198	.602
aware4	.637	.147	.345	.286	.428
aware5	.918	.092	.118	.163	.060
aware6	.895	.136	.010	.204	.127
aware7	.810	.263	.192	-.018	-.091
aware8	.528	.507	.301	.217	-.076
aware9	.174	.794	.131	.287	.248
know1	.303	.185	.650	.591	-.094
know2	.150	.149	.174	.914	-.026
know3	.166	.211	.794	.009	.174
know4	.001	.256	.813	.051	.111
know5	.545	.442	.333	.220	-.350
know6	.370	.840	.161	-.125	.077
know7	-.036	.429	.149	-.025	.749
know8	-.012	.721	.357	.293	.031
know9	.102	.864	.073	-.113	.156

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5
1	.634	.480	.468	.340	.182
2	-.520	.770	.131	-.338	.076
3	-.518	-.265	.679	.442	-.066
4	-.124	-.151	-.082	.035	.977
5	-.208	.290	-.544	.757	-.054

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

- Uji Validitas Dimensi Afeksi

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.574
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	df
	Sig.
	964.597
	276
	.000

Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
like1	.875	-.165	-.146	-.155
like2	.671	-.232	-.033	-.342
like3	.772	-.300	-.350	-.197
like4	.685	.589	-.119	-.137
like5	.788	.242	-.259	.227
like6	.591	-.190	.527	.333
like7	.745	-.272	.503	-.048
like8	.822	.056	.118	-.311
pref1	.675	.082	-.382	.338
pref2	.796	-.205	-.443	-.049
pref3	.820	-.193	-.434	.009
pref4	.768	.443	-.085	.061
pref5	.741	.193	-.252	.465
pref6	.620	-.327	.269	.299
pref7	.735	-.376	.300	.220
pref8	.878	.108	.153	-.234
conv1	.720	.509	.070	.117
conv2	.778	-.415	-.265	-.071
conv3	.716	-.467	-.229	.029
conv4	.732	.548	.139	.024
conv5	.676	.614	.147	-.047
conv6	.759	-.365	.331	.166
conv7	.775	.174	.336	-.121
conv8	.864	-.014	.262	-.314

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 4 components extracted.

Communalities

	Extraction
like1	.837
like2	.622
like3	.847
like4	.849
like5	.798
like6	.775
like7	.883
like8	.789
pref1	.722
pref2	.875
pref3	.898
pref4	.797

pref5	.866
pref6	.652
pref7	.819
pref8	.861
conv1	.796
conv2	.852
conv3	.783
conv4	.857
conv5	.858
conv6	.847
conv7	.759
conv8	.915

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.

Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
like1	.875	-.165	-.146	-.155
like2	.671	-.232	-.033	-.342
like3	.772	-.300	-.350	-.197
like4	.685	.589	-.119	-.137
like5	.788	.242	-.259	.227
like6	.591	-.190	.527	.333
like7	.745	-.272	.503	-.048
like8	.822	.056	.118	-.311
pref1	.675	.082	-.382	.338
pref2	.796	-.205	-.443	-.049
pref3	.820	-.193	-.434	.009
pref4	.768	.443	-.085	.061
pref5	.741	.193	-.252	.465
pref6	.620	-.327	.269	.299
pref7	.735	-.376	.300	.220
pref8	.878	.108	.153	-.234
conv1	.720	.509	.070	.117
conv2	.778	-.415	-.265	-.071
conv3	.716	-.467	-.229	.029
conv4	.732	.548	.139	.024
conv5	.676	.614	.147	-.047
conv6	.759	-.365	.331	.166
conv7	.775	.174	.336	-.121
conv8	.864	-.014	.262	-.314

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 4 components extracted.

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	13.628	56.784	56.784	6.350	26.458	26.458
2	2.760	11.499	68.283	6.214	25.891	52.349
3	2.018	8.406	76.690	4.717	19.654	72.003
4	1.153	4.804	81.494	2.278	9.490	81.494

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
like1	.390	.740	.335	.158
like2	.278	.672	.283	-.114
like3	.203	.859	.187	.180
like4	.861	.255	-.048	.202
like5	.555	.393	.169	.554
like6	.214	.042	.840	.149
like7	.316	.345	.806	-.121
like8	.605	.541	.351	-.086
pref1	.324	.413	.132	.655
pref2	.244	.813	.142	.366
pref3	.256	.793	.173	.416
pref4	.761	.272	.142	.352
pref5	.442	.283	.249	.727
pref6	.090	.265	.719	.238
pref7	.140	.375	.791	.183
pref8	.668	.500	.406	-.019
conv1	.798	.111	.218	.317
conv2	.106	.821	.339	.229
conv3	.014	.748	.388	.271
conv4	.865	.106	.225	.215
conv5	.899	.067	.153	.146
conv6	.180	.392	.802	.132
conv7	.664	.270	.493	-.036
conv8	.600	.529	.501	-.157

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 9 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4
1	.582	.601	.479	.267
2	.769	-.465	-.420	.123
3	.162	-.494	.699	-.491
4	-.209	-.422	.326	.820

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian pada Merek

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.678
Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square	328.902
df	105
Sig.	.000

Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
info	.546	-.252	.288	.554
alter1	.521	.069	.734	-.129
alter2	.795	.166	.103	.175
alter3	.180	.914	.015	-.106
alter4	.493	.406	-.238	.612
alter5	.743	-.095	-.334	-.064
alter6	.812	-.134	-.087	-.374
alter7	.830	.001	-.305	-.289
buy1	.635	.132	.653	-.064
buy2	.772	-.214	-.054	-.007
buy3	.049	.921	-.063	-.219
buy4	.718	.230	-.163	.334
buy5	.816	-.171	.017	-.211
buy6	.830	-.214	-.211	-.026
buy7	.812	-.035	-.031	-.068

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 4 components extracted.

Communalities

	Extraction
info	.751
alter1	.831
alter2	.700
alter3	.880
alter4	.839
alter5	.677
alter6	.825
alter7	.866
buy1	.852
buy2	.645
buy3	.903
buy4	.707
buy5	.740
buy6	.780
buy7	.666

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6.909	46.060	46.060	5.139	34.258	34.258
2	2.164	14.427	60.487	2.257	15.048	49.306
3	1.407	9.381	69.869	2.177	14.510	63.816
4	1.181	7.871	77.739	2.088	13.923	77.739

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
info	.180	.430	.612	-.399
alter1	.195	.888	.021	.058
alter2	.518	.404	.500	.137
alter3	.006	.138	.188	.909
alter4	.180	-.042	.859	.259
alter5	.778	-.015	.266	-.004
alter6	.871	.256	-.018	.027
alter7	.907	.065	.123	.153
buy1	.282	.859	.149	.113
buy2	.700	.243	.265	-.158
buy3	-.031	.023	.047	.948
buy4	.479	.124	.657	.174
buy5	.780	.340	.104	-.064
buy6	.813	.123	.291	-.136
buy7	.713	.293	.265	.029

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4
1	.824	.393	.405	.049
2	-.194	.052	.229	.952
3	-.369	.916	-.127	-.095
4	-.384	-.063	.876	-.285

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

• **Uji Validitas Dimensi Pengenalan Masalah dan Evaluasi Alternatif**

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.654
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	103.587
	df
	28
	Sig.
	.000

Component Matrix^a

	Component		
	1	2	3
info	.474	.048	.727
alter1	.520	-.030	.416
alter2	.889	.167	.146
alter3	.260	.769	-.352
alter4	.558	.589	.037
alter5	.776	-.270	-.208
alter6	.800	-.362	-.172
alter7	.844	-.220	-.381

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 3 components extracted.

Communalities

	Extraction
info	.756
alter1	.445
alter2	.840
alter3	.783
alter4	.660
alter5	.718
alter6	.801
alter7	.905

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.618	45.225	45.225	2.724	34.051	34.051
2	1.223	15.286	60.511	1.685	21.068	55.119
3	1.066	13.325	73.836	1.497	18.717	73.836

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix^a

	Component		
	1	2	3
info	.051	.868	.017
alter1	.252	.616	.045
alter2	.577	.575	.420
alter3	.027	-.130	.875
alter4	.178	.343	.714
alter5	.823	.185	.078

alter6	.867	.222	-.006
alter7	.929	.071	.192

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 4 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3
1	.799	.492	.345
2	-.428	.062	.902
3	-.423	.868	-.260

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

• Uji Validitas Dimensi Keputusan Pembelian

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.844
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	86.813
	df
	21
	Sig.
	.000

Component Matrix^a

	Component	
	1	2
buy1	.621	.270
buy2	.799	-.225
buy3	.029	.938
buy4	.712	.296
buy5	.881	-.110
buy6	.823	-.185
buy7	.875	.027

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 2 components extracted.

Communalities

	Extraction
buy1	.458
buy2	.689
buy3	.881
buy4	.594
buy5	.788
buy6	.711
buy7	.767

Communalities

	Extraction
buy1	.458
buy2	.689
buy3	.881
buy4	.594
buy5	.788
buy6	.711
buy7	.767

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.750	53.571	53.571	3.728	53.251	53.251
2	1.138	16.263	69.834	1.161	16.583	69.834

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix^a

	Component	
	1	2
buy1	.593	.327
buy2	.816	-.150
buy3	-.058	.937
buy4	.681	.361
buy5	.887	-.028
buy6	.836	-.108
buy7	.869	.108

Extraction Method: Principal
Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with
Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3
iterations.

**Component Transformation
Matrix**

Component	1	2
1	.996	.093
2	-.093	.996

Extraction Method: Principal
Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with
Kaiser Normalization.

UJI UNIVARIAT

Analisis Deskriptif Variabel Respons Khalayak pada Iklan Televisi “Pati Pas!” Pertamina

Statistics

Kognisi

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		4.2278
Median		4.1667
Mode		4.00
Sum		422.78

- Analisis Deskriptif Dimensi Kognisi**

- **Frekuensi Sub Dimensi Awareness**

Statistics

awareness

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		4.3711
Median		4.4444
Mode		5.00
Std. Deviation		.50046
Sum		437.11

aware1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	5.0
	Netral	4	4.0	4.0	9.0
	Setuju	47	47.0	47.0	56.0
	Sangat Setuju	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

aware2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Netral	2	2.0	2.0	4.0
	Setuju	44	44.0	44.0	48.0

	Sangat Setuju	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

aware3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	3	3.0	3.0	4.0
	Setuju	47	47.0	47.0	51.0
	Sangat Setuju	49	49.0	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

aware4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	3	3.0	3.0	4.0
	Setuju	47	47.0	47.0	51.0
	Sangat Setuju	49	49.0	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

aware5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Setuju	43	43.0	43.0	44.0
	Sangat Setuju	56	56.0	56.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

aware6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	2.0
	Netral	4	4.0	4.0	6.0
	Setuju	38	38.0	38.0	44.0
	Sangat Setuju	56	56.0	56.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

aware7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	4	4.0	4.0	5.0
	Setuju	44	44.0	44.0	49.0
	Sangat Setuju	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

aware8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Netral	8	8.0	8.0	9.0
Setuju	44	44.0	44.0	53.0
Sangat Setuju	47	47.0	47.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

aware9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	13	13.0	13.0	15.0
Netral	10	10.0	10.0	25.0
Setuju	45	45.0	45.0	70.0
Sangat Setuju	30	30.0	30.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

- **Frekuensi Sub Dimensi *Knowledge* Statistics**

Knowledge

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		4.0844
Median		4.0000
Mode		4.00
Std. Deviation		.61208
Sum		408.44

know1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
Netral	5	5.0	5.0	12.0
Setuju	49	49.0	49.0	61.0
Sangat Setuju	39	39.0	39.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

know2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Netral	5	5.0	5.0	6.0
Setuju	42	42.0	42.0	48.0
Sangat Setuju	52	52.0	52.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

know3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Tidak Setuju	7	7.0	7.0	10.0
Netral	11	11.0	11.0	21.0
Setuju	44	44.0	44.0	65.0
Sangat Setuju	35	35.0	35.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

know4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	15	15.0	15.0	17.0
Netral	15	15.0	15.0	32.0
Setuju	37	37.0	37.0	69.0
Sangat Setuju	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

know5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Netral	3	3.0	3.0	6.0
Setuju	51	51.0	51.0	57.0
Sangat Setuju	43	43.0	43.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

know6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Tidak Setuju	7	7.0	7.0	10.0
Netral	9	9.0	9.0	19.0
Setuju	45	45.0	45.0	64.0
Sangat Setuju	36	36.0	36.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

know7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	10.0
	Netral	13	13.0	13.0	23.0
	Setuju	39	39.0	39.0	62.0
	Sangat Setuju	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

know8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	16	16.0	16.0	16.0
	Netral	6	6.0	6.0	22.0
	Setuju	41	41.0	41.0	63.0
	Sangat Setuju	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

know9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	13	13.0	13.0	15.0
	Netral	9	9.0	9.0	24.0
	Setuju	44	44.0	44.0	68.0
	Sangat Setuju	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

- **Analisis Deskriptif Dimensi Afeksi**

- **Frekuensi Sub Dimensi *Liking***

Statistics

Liking

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		3.1788
Median		3.1250
Mode		3.00

Std. Deviation	.69022
Sum	317.88

like1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	25	25.0	25.0	28.0
	Netral	24	24.0	24.0	52.0
	Setuju	41	41.0	41.0	93.0
	Sangat Setuju	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

like2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Tidak Setuju	29	29.0	29.0	34.0
	Netral	28	28.0	28.0	62.0
	Setuju	36	36.0	36.0	98.0
	Sangat Setuju	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

like3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Tidak Setuju	28	28.0	28.0	33.0
	Netral	29	29.0	29.0	62.0
	Setuju	31	31.0	31.0	93.0
	Sangat Setuju	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

like4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	19	19.0	19.0	22.0
	Netral	20	20.0	20.0	42.0
	Setuju	46	46.0	46.0	88.0
	Sangat Setuju	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

like5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	19	19.0	19.0	21.0
	Netral	23	23.0	23.0	44.0
	Setuju	42	42.0	42.0	86.0
	Sangat Setuju	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

like6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	14	14.0	14.0	14.0
	Tidak Setuju	21	21.0	21.0	35.0
	Netral	20	20.0	20.0	55.0
	Setuju	39	39.0	39.0	94.0
	Sangat Setuju	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

like7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	13	13.0	13.0	13.0
	Tidak Setuju	17	17.0	17.0	30.0
	Netral	27	27.0	27.0	57.0
	Setuju	42	42.0	42.0	99.0
	Sangat Setuju	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

like8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
	Tidak Setuju	28	28.0	28.0	35.0
	Netral	23	23.0	23.0	58.0
	Setuju	26	26.0	26.0	84.0
	Sangat Setuju	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

- **Frekuensi Sub Dimensi *Preference***
Statistics

Preference

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		3.1825
Median		3.1250
Mode		3.00
Std. Deviation		.71827
Sum		318.25

pref1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	23	23.0	23.0	25.0
	Netral	31	31.0	31.0	56.0
	Setuju	38	38.0	38.0	94.0
	Sangat Setuju	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

pref2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Tidak Setuju	23	23.0	23.0	27.0
	Netral	26	26.0	26.0	53.0
	Setuju	42	42.0	42.0	95.0
	Sangat Setuju	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

pref3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Tidak Setuju	27	27.0	27.0	31.0
	Netral	26	26.0	26.0	57.0
	Setuju	38	38.0	38.0	95.0
	Sangat Setuju	5	5.0	5.0	100.0

pref3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Tidak Setuju	27	27.0	27.0	31.0
	Netral	26	26.0	26.0	57.0
	Setuju	38	38.0	38.0	95.0
	Sangat Setuju	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

pref4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Tidak Setuju	19	19.0	19.0	23.0
	Netral	21	21.0	21.0	44.0
	Setuju	44	44.0	44.0	88.0
	Sangat Setuju	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

pref5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	22	22.0	22.0	24.0
	Netral	21	21.0	21.0	45.0
	Setuju	40	40.0	40.0	85.0
	Sangat Setuju	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

pref6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	11	11.0	11.0	11.0
	Tidak Setuju	24	24.0	24.0	35.0
	Netral	21	21.0	21.0	56.0
	Setuju	36	36.0	36.0	92.0
	Sangat Setuju	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

pref7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	13	13.0	13.0	13.0
	Tidak Setuju	25	25.0	25.0	38.0
	Netral	26	26.0	26.0	64.0
	Setuju	35	35.0	35.0	99.0
	Sangat Setuju	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

pref8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
	Tidak Setuju	27	27.0	27.0	34.0
	Netral	24	24.0	24.0	58.0
	Setuju	31	31.0	31.0	89.0
	Sangat Setuju	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

- **Frekuensi Sub Dimensi *Conviction***

Statistics

Conviction

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		3.3100
Median		3.3750
Mode		3.50
Std. Deviation		.73070
Sum		331.00

conv1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	14	14.0	14.0	16.0
	Netral	11	11.0	11.0	27.0
	Setuju	50	50.0	50.0	77.0
	Sangat Setuju	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

conv2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	8	8.0	8.0	8.0
	Tidak Setuju	22	22.0	22.0	30.0
	Netral	23	23.0	23.0	53.0
	Setuju	39	39.0	39.0	92.0
	Sangat Setuju	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

conv3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	8	8.0	8.0	8.0
	Tidak Setuju	27	27.0	27.0	35.0
	Netral	23	23.0	23.0	58.0
	Setuju	33	33.0	33.0	91.0
	Sangat Setuju	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

conv4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	19	19.0	19.0	20.0
	Netral	9	9.0	9.0	29.0
	Setuju	56	56.0	56.0	85.0
	Sangat Setuju	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

conv5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	22	22.0	22.0	24.0
	Netral	12	12.0	12.0	36.0
	Setuju	49	49.0	49.0	85.0
	Sangat Setuju	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

conv6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	11	11.0	11.0	11.0
	Tidak Setuju	26	26.0	26.0	37.0
	Netral	26	26.0	26.0	63.0
	Setuju	31	31.0	31.0	94.0
	Sangat Setuju	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

conv7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	10	10.0	10.0	10.0
	Tidak Setuju	26	26.0	26.0	36.0
	Netral	22	22.0	22.0	58.0
	Setuju	36	36.0	36.0	94.0
	Sangat Setuju	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

conv8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
	Tidak Setuju	19	19.0	19.0	25.0
	Netral	26	26.0	26.0	51.0
	Setuju	37	37.0	37.0	88.0
	Sangat Setuju	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian pada Merek

Statistics

KeputPemb

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		3.3819
Median		3.4062
Mode		3.61
Std. Deviation		.64190
Sum		338.19

- **Analisis Deskriptif Dimensi Pengenalan Masalah dan Evaluasi Alternatif**

Statistics

EvalAlter

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		3.4438
Median		3.5000
Mode		3.50
Std. Deviation		.67756
Sum		344.38

info

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	6.0
	Netral	1	1.0	1.0	7.0
	Setuju	26	26.0	26.0	33.0
	Sangat Setuju	67	67.0	67.0	100.0

info

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	6.0
	Netral	1	1.0	1.0	7.0
	Setuju	26	26.0	26.0	33.0
	Sangat Setuju	67	67.0	67.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

alter1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	11	11.0	11.0	12.0
	Netral	12	12.0	12.0	24.0
	Setuju	54	54.0	54.0	78.0
	Sangat Setuju	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

alter2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	29	29.0	29.0	32.0
	Netral	22	22.0	22.0	54.0
	Setuju	33	33.0	33.0	87.0
	Sangat Setuju	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

alter3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	11.0	11.0	11.0
	Netral	12	12.0	12.0	23.0
	Setuju	49	49.0	49.0	72.0
	Sangat Setuju	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

alter4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	11	11.0	11.0	11.0
	Tidak Setuju	34	34.0	34.0	45.0
	Netral	20	20.0	20.0	65.0
	Setuju	30	30.0	30.0	95.0

Sangat Setuju	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

alter5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	9	9.0	9.0	9.0
Tidak Setuju	24	24.0	24.0	33.0
Netral	27	27.0	27.0	60.0
Setuju	29	29.0	29.0	89.0
Sangat Setuju	11	11.0	11.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

alter6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
Tidak Setuju	33	33.0	33.0	38.0
Netral	23	23.0	23.0	61.0
Setuju	26	26.0	26.0	87.0
Sangat Setuju	13	13.0	13.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

alter7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
Tidak Setuju	34	34.0	34.0	41.0
Netral	21	21.0	21.0	62.0
Setuju	30	30.0	30.0	92.0
Sangat Setuju	8	8.0	8.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

- **Analisis Deskriptif Dimensi Keputusan Pembelian**
Statistics

BuyDes

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		3.3200
Median		3.2857
Mode		3.14 ^a
Std. Deviation		.66701
Sum		332.00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

buy1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	10	10.0	10.0	11.0
	Netral	9	9.0	9.0	20.0
	Setuju	57	57.0	57.0	77.0
	Sangat Setuju	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

buy2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	27	27.0	27.0	30.0
	Netral	26	26.0	26.0	56.0
	Setuju	37	37.0	37.0	93.0
	Sangat Setuju	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

buy3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	18	18.0	18.0	18.0
	Netral	14	14.0	14.0	32.0
	Setuju	47	47.0	47.0	79.0
	Sangat Setuju	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

buy4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	11	11.0	11.0	11.0
	Tidak Setuju	44	44.0	44.0	55.0
	Netral	16	16.0	16.0	71.0
	Setuju	23	23.0	23.0	94.0
	Sangat Setuju	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

buy5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Tidak Setuju	30	30.0	30.0	34.0
	Netral	21	21.0	21.0	55.0
	Setuju	34	34.0	34.0	89.0
	Sangat Setuju	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

buy6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	29	29.0	29.0	32.0
	Netral	23	23.0	23.0	55.0
	Setuju	38	38.0	38.0	93.0
	Sangat Setuju	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

buy7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	21	21.0	21.0	23.0
	Netral	19	19.0	19.0	42.0
	Setuju	50	50.0	50.0	92.0
	Sangat Setuju	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

UJI BIVARIAT

- **Hubungan antara Variabel Respons Khalayak pada Iklan Televisi dengan Keputusan Pembelian pada Merek**

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Gamma	.322	.065	4.931	.000
	Spearman Correlation	.450	.085	4.988	.000 ^c
Interval by Interval	Pearson's R	.540	.078	6.351	.000 ^c
N of Valid Cases		100			

a. Not assuming the null hypothesis.




b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.



LAMPIRAN III
***STORYBOARD* IKLAN**
“PASTI PAS!”

Storyboard Iklan Televisi “Pasti Pas!” Pertamina Versi Jingle “Oh Oh Siapa Dia (Payung Fantasi)”

Ilustrasi	Gambar	Suara/Lirik Lagu
<p>Iklan diawali dengan tiga orang karyawan karyawan pom bensin “Pasti Pas!” Pertamina yang berbaris rapi. Tiga orang tersebut menyambut pelanggan bermobil yang datang ke pom bensin.</p>		<p><i>Senyum salam sapa selalu siap menyambut Anda Oh oh di Pasti Pas!</i></p>
<p>Masing-masing karyawan melayani pelanggan yang datang. Salah satu karyawan pom bensin menunjukkan takaran pada dispenser pom bensin.</p>		<p><i>Pelayanan cepat dengan takaran yang tepat</i></p>
<p>Dua orang karyawan menunjukkan logo “Pasti Pas!” Pertamina di depan mobil pelanggan.</p>		<p><i>Oh oh di Pasti Pas!</i></p>

<p>Pelanggan pom bensin “Pasti Pas!” Pertamina ada di mini market di pom bensin tersebut.</p>		<p><i>Bersih nyaman suasananya</i></p>
<p>Pelanggan yang lain duduk di kursi di salah satu fasilitas pom bensin “Pasti Pas!” Pertamina.</p>		<p><i>Lebih lengkap fasilitasnya</i></p>
<p>Takaran bensin di mobil menunjukkan “Fuel”. Lalu kamera mengarah ke pelanggan yang ada di mobil.</p>		<p><i>Pas di isi pas di hati</i></p>
<p>Para karyawan dan pelanggan pom bensin “Pasti Pas!” Pertamina berdansa di pelataran pom bensin.</p>		<p><i>Oh oh Pasti Pas!</i></p>

<p>Muncul logo “Pasti Pas!” Pertamina.</p>		<p><i>Pertamina Pasti Pas!</i></p>
<p>Muncul logo Pertamina dan “Pasti Pas!” di akhir iklan.</p>		<p><i>Voice over: “Pastikan! Pasti Pas!”</i></p>