

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Komala, dan Siti Karlina. 2007. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Durianto, Darmadi. Sugiarto. Widjaja, Anton Wachidin. & Supratikno, Hendrawan. (2003). *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Televisi Siaran, Teori dan Praktisi*. Bandung : CV. Mandar Maju.
- Hamidi. 2007. *Metodologi Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang : UMM.
- Haryani, Sri. 2001. *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN.
- Mulyana, Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Madura, J. (2007). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rakhmat, Jalaludin. (2007). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Suharsimi, Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, H. (2014). *Communication Skills "Sukses Komunikasi, Presentasi dan Berkarier"*. Yogyakarta: deepublish.
- Van dijk, J.A.G.M. 2006. *The Network Society*. London : SAGE Publication.
- Widyatama, Rendra. 2007. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta : Pustaka Book Publisier.

KARYA ILMIAH

- Afdjani, H. (2010). Makna Iklan Televisi (Studi Fenomenologis Pemirsa Di Jakarta Terhadap Iklan Televisi Minuman "Kuku Bima Energi" Versi Kolam Susu). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 8, No. 1, Januari-April 2010.
- Aiwan, T. Y. (2013) 'Tresemme Menggunakan Customer Response Index (CRI) Pada Perempuan Di Surabaya', *JURNAL E-KOMUNIKASI*, 01(02), pp. 32–33.
- Dacosta, M. D. and Sugandi, M. S. (2017) 'Strategi Kreatif Iklan Dalam Pemanfaatan Webseries (Studi Kasus Axelerate : The Series Axe Indonesia Oleh Makna Creative) Creative Advertising Strategy On Webseries (Case Study Axelerate : The Series Axe Indonesia By Makna Creative)', *e-Proceeding of Management*, 4(1), pp. 1150–1155.
- Feralina, N. 2013. Analisis Semiotika Makna Pesan Non Verbal Dalam Iklan Class Mild Versi " Macet " Di Media Televisi. *Ejournal Ilmu Komunikasi* Vol. 1 No. 4 .
- Hereyah, Y. (2014). Iklan Mobil Di Media Cetak Analisis Elemen Copywriting Dan Visualisasi Di Majalah SWA. *Jurnal Visi Komunikasi*, Vol. 13, No. 02, 169-184.
- Kurniawan, R. 2017. Pemaknaan Iklan Djarum 76 Versi Teman Hidup (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Jom Fisip* Vol. 4 No. 1.
- Kusumawati, Y.A., Budiwaspada, A.E., Saidi, A.I. (2016). Makna Kecantikan Pada Iklan Televisi Kosmetik Berlabel Halal (Studi Kasus: Mazaya Divine Beauty). *Jurnal Sosioteknologi*, Vol. 15(1), April 2016.
- Kusumaningtyas, F., Suharyono and Sunarti (2014) 'Pengaruh Pesan Iklan Di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2010 / 2011 yang Mengonsumsi Es Krim', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 13(2), pp. 1–7.
- Lukitaningsih, A. (2013) 'Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran', *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 13(2), pp. 116–129.
- Sasetyo, S. A., Nawawi, H., & Rondonuwu, R. (2012). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Pembentukan Citra Merek Pepsodent. *eJurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran*, Vol. 1, No. 1.
- Susena, E. (2015). Pengaruh Sinetron Televisi Terhadap Pola Hidup Masyarakat Pedesaan Di Kabupaten Boyolali. *Jurnal Sainstech*, Vol. 1 No. 4.

Syaifullah, J. 2016. Analisis Semiotik Tentang Kekuasaan Dan Maskulinitas Pada Tampilan Website Gudang Garam Pria Punya Selera. *Jurnal Informa Politeknik Indonusa Surakarta* Vol. 1 No. 3.

Utami, A. I., Nuraeni, R., Maulana, S. 2015. Representasi Wanita Sosialita Dalam Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Televisi Magnum Versi Pink And Black). *E-Proceeding Of Management* Vol.2, No.3.

Touwe, et.al. (2014). Investigasi Majalah Berita Mingguan Tempo Dalam Kasus Korupsi Megaproyek Sarana Olahraga Hambalang. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 3, No.2, 2014.

Tjahjono, P. P. (2016) 'Efektivitas Iklan TV Telkomsel 4G LTE Versi # Menjadiyangterbaik Bagi Relawan Bencana Pada Masyarakat Surabaya', *Jurnal E-Komunikasi*, 04(01).

Wijaya, P. (2015) 'Pengaruh pesan iklan, keterlibatan iklan, kredibilitas, dan kecocokan endorser pada minat beli melalui sikap konsumen', *Jurnal Siasat Bisnis*, 19(01).

NON BUKU

<https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>.

<https://bisnis.tempo.co/read/796716/tokopedia-jadi-situs-e-commerce-nomor-1-di-indonesia>.

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20170315104148-185-200219/peta-persaingan-situs-e-commerce-di-indonesia>.

<https://business.idntimes.com/economy/yoshi/pertumbuhan-e-commerce-indonesia-1/full>.

<http://teknologi.metrotvnews.com/news-teknologi/lKYMZPPK-lazada-dan-tokopedia-jadi-e-commerce-terpopuler-di-indonesia>.

<https://ekonomi.kompas.com/read/2017/03/11/191200526/menkop.sebut.rasio.wi-rausaha.terus.meningkat>.

<https://www.slideshare.net/lennanu/pengaruh-pesan-iklan-tokopedia-versi-ciptakan-peluangmu-terhadap-minat-berbisnis-online>.

KUISIONER

Responden terhormat,

Sehubungan dengan penelitian yang sedang penulis lakukan, maka penulis memohon kepada saudara/i bersedia menjawab daftar pertanyaan (kuisisioner) yang penulis ajukan berikut dalam rangka pengumpulan data untuk penyusunan tugas akhir (skripsi) dengan judul **“EFEKTIVITAS IKLAN “TOKOPEDIA VERSI MULAI AJA DULU DI TELEVISI PADA REMAJA SURABAYA”** (Studi deskriptif kuantitatif efektivitas iklan Tokopedia versi Mulai Aja Dulu di Televisi Pada Remaja Surabaya)

I. Petunjuk pengisian

Mohon dibaca setiap pertanyaan / pernyataan dengan baik. Pilihlah yang sesuai dengan keadaan dan kenyataan yang ada. Beri tanda silang [X] pada jawaban yang di pilih. Identitas dan jawablah semua pertanyaan / pernyataan, jangan ada yang terlewat. Terima kasih atas perhatian dan waktu anda.

II. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin : a. Laki – laki b. Perempuan

Usia :

Pekerjaan :

Pendidikan Terakhir :

III. Pertanyaan Saringan

1. Apakah anda pernah menonton tayangan iklan Tokopedia versi Mulai Aja Dulu di Televisi ?
 - a. Ya Pernah
 - b. Tidak Pernah

(Jika menjawab Ya Pernah, maka Anda dipersilahkan melanjutkan pengisian kuisisioner ini. Jika Anda menjawab Tidak Pernah, maka Anda dipersilahkan untuk tidak melanjutkan pengisian kuisisioner ini)
2. Berapa kali dalam seminggu Anda menonton iklan tersebut ?
.....
3. Berapa lama Anda menonton iklan tersebut ?
 - a. 1 – 10 detik
 - b. 11 – 20 detik
 - c. 21 – 30 detik

EFEKTIVITAS IKLAN “TOKOPEDIA VERSI MULAI AJA DULU DI TELEVISI PADA REMAJA SURABAYA” (Studi deskriptif kuantitatif efektivitas iklan Tokopedia versi Mulai Aja Dulu di Televisi Pada Remaja Surabaya)

A. KESADARAN

1. Tampilan dari iklan Tokopedia versi Mulai Aja Dulu di Televisi yang disampaikan sudah sangat menarik (dengan unsur audio visual) ?
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

2. Isi dari iklan Tokopedia versi Mulai Aja Dulu di Televisi yang disampaikan sudah jelas?

- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

3. Setelah melihat iklan Tokopedia versi Mulai Aja Dulu di Televisi saya ingat untuk memulai bisnis ?

- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

4. Dengan adanya iklan Tokopedia versi Mulai Aja Dulu di Televisi mendorong kesadaran untuk memulai bisnis baru?

- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

5. Iklan Tokopedia versi Mulai Aja Dulu menganjurkan memulai usaha sejak usia remaja?

- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

6. Iklan Tokopedia versi Mulai Aja Dulu mengandung usia remaja 18-21 tahun memiliki kemampuan untuk berpikir dalam memulai usaha?

- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

B. PENGETAHUAN

7. Iklan yang disampaikan Tokopedia versi Mulai Aja Dulu di Televisi mudah saya pahami ?

- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

8. Dengan adanya iklan Tokopedia versi Mulai Aja Dulu di Televisi lebih mudah memahami dan mengenal cara memulai bisnis?

- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

9. Bagaimanakah perasaan anda terhadap Iklan Tokopedia versi Mulai Aja Dulu setelah melihat iklannya di Televisi?

- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

C. KEYAKINAN

10. Setelah melihat iklan Tokopedia versi Mulai Aja Dulu saya menjadi lebih yakin dalam memulai bisnis baru?

- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

11. Saya akan merencanakan memulai bisnis dengan strategi pemasaran pada iklan Tokopedia versi Mulai Aja Dulu?

- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

12. Saya setuju pentingnya memulai bisnis pada iklan Tokopedia versi Mulai Aja Dulu?

- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

13. Anda merasa yakin dengan isi yang di sampaikan oleh iklan Tokopedia versi Mulai Aja Dulu di Televisi untuk mengembangkan UKM atau menciptakan peluang bisnis ?

- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

D. LIKING

14. Isi iklan Tokopedia versi Mulai Aja Dulu mudah diingat dan dipahami, serta meninggalkan kesan yang menyenangkan?

- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

15. Iklan Tokopedia versi Mulai Aja Dulu menarik dan komunikatif sehingga selalu mengingat iklan tersebut?

- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

16. Saya menyukai Iklan Tokopedia versi Mulai Aja Dulu di televisi

- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

17. Isi iklan mulai usaha sejak remaja pada Iklan Tokopedia versi Mulai Aja Dulu menarik?

- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

E. PREFERENCE

18. Isi iklan Tokopedia versi Mulai Aja Dulu di Televisi mempengaruhi niat Anda untuk memanfaatkan peluang bisnis melalui Tokopedia ?

- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

19. Iklan Tokopedia versi Mulai Aja Dulu di Televisi mampu mempengaruhi anda untuk menginginkan suatu produk yang diiklan dibanding iklan lain?

- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

20. Iklan Tokopedia versi Mulai Aja Dulu di Televisi berisi strategi dalam memulai bisnis

- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

F. PURCHASE

21. Anda berniat untuk mencoba membeli produk melalui Tokopedia setelah melihat iklan Tokopedia versi Mulai Aja Dulu di Televisi?

- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

22. Setelah melihat iklan Tokopedia versi Mulai Aja Dulu di Televisi Anda langsung menggunakan Tokopedia sebagai tempat belanja *online* ?

- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

Alasan :

LAMPIRAN

HASIL DARI TANGGAPAN RESPONDEN

Frequencies

Statistics

		Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Pernah Menonoton
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean			2,19			
Median			2,00			
Std. Deviation			,662			
Minimum			1			
Maximum			4			

Statistics

		Berapa Kali Seminggu	Berapa Lama	AW1	AW2	AW3	AW4
N	Valid	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean				4,13	4,04	3,83	3,84
Median				4,00	4,00	4,00	4,00
Std. Deviation				,367	,549	,853	,813
Minimum				3	2	2	2
Maximum				5	5	5	5

Statistics

		AW5	AW6	KNO1	KNO2	KNO3	CON1	CON2
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4,03	4,03	4,09	3,82	3,98	3,81	3,80
Median		4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Std. Deviation		,674	,674	,379	,796	,531	,861	,816
Minimum		2	2	2	2	2	2	2
Maximum		5	5	5	5	5	5	5

Statistics

		CON3	CON4	LI1	LI2	LI3	LI4	PR1
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4,08	3,84	4,01	3,89	3,82	3,90	4,04
Median		4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Std. Deviation		,526	,813	,502	,737	,744	,745	,650
Minimum		2	1	2	2	2	2	2
Maximum		5	5	5	5	5	5	5

Statistics

		PR2	PR3	PU1	PU2
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		3,80	3,93	3,72	3,70
Median		4,00	4,00	4,00	4,00
Std. Deviation		,816	,685	,922	,882
Minimum		2	2	2	2
Maximum		5	5	5	5

Frequency Table

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	45	45,0	45,0	45,0
	Perempuan	55	55,0	55,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 - 20 Tahun	12	12,0	12,0	12,0
	21 - 24 Tahun	59	59,0	59,0	71,0
	25 - 28 Tahun	27	27,0	27,0	98,0
	> 29	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belum bekerja	1	1,0	1,0	1,0
	Mahasiswa	27	27,0	27,0	28,0
	Petani	1	1,0	1,0	29,0
	PNS	14	14,0	14,0	43,0
	Swasta	51	51,0	51,0	94,0
	Wiraswasta	6	6,0	6,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
D2	3	3,0	3,0	3,0
D3	8	8,0	8,0	11,0
S1	49	49,0	49,0	60,0
SMA	26	26,0	26,0	86,0
SMK	14	14,0	14,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Pernah Menonoton

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Pernah	9	9,0	9,0	9,0
Ya, Pernah	91	91,0	91,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Berapa Kali Seminggu

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	9	9,0	9,0	9,0
1	11	11,0	11,0	20,0
10	9	9,0	9,0	29,0
13	1	1,0	1,0	30,0
15	1	1,0	1,0	31,0
2	20	20,0	20,0	51,0
3	25	25,0	25,0	76,0
4	6	6,0	6,0	82,0
5	9	9,0	9,0	91,0
6	3	3,0	3,0	94,0
7	6	6,0	6,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Berapa Lama

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0 detik	8	8,0	8,0	8,0
1 – 10 detik	63	63,0	63,0	71,0
11 – 20 detik	22	22,0	22,0	93,0
21 – 30 detik	7	7,0	7,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

AW1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-ragu	1	1,0	1,0	1,0
Valid Setuju	85	85,0	85,0	86,0
Valid Sangat Setuju	14	14,0	14,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

AW2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	4	4,0	4,0	4,0
Valid Ragu-ragu	1	1,0	1,0	5,0
Valid Setuju	82	82,0	82,0	87,0
Valid Sangat Setuju	13	13,0	13,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

AW3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	15	15,0	15,0	15,0
Valid Ragu-ragu	1	1,0	1,0	16,0
Valid Setuju	70	70,0	70,0	86,0
Valid Sangat Setuju	14	14,0	14,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

AW4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	14	14,0	14,0	14,0
Valid Setuju	74	74,0	74,0	88,0
Valid Sangat Setuju	12	12,0	12,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

AW5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	7	7,0	7,0	7,0
Valid Setuju	76	76,0	76,0	83,0
Valid Sangat Setuju	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

AW6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Tidak Setuju	7	7,0	7,0	7,0
	Setuju	76	76,0	76,0	83,0
	Sangat Setuju	17	17,0	17,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

KNO1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Setuju	88	88,0	88,0	89,0
	Sangat Setuju	11	11,0	11,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

KNO2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Tidak Setuju	14	14,0	14,0	14,0
	Setuju	76	76,0	76,0	90,0
	Sangat Setuju	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

KNO3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Tidak Setuju	4	4,0	4,0	4,0
	Ragu-ragu	3	3,0	3,0	7,0
	Setuju	84	84,0	84,0	91,0
	Sangat Setuju	9	9,0	9,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

CON1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Tidak Setuju	16	16,0	16,0	16,0
	Setuju	71	71,0	71,0	87,0
	Sangat Setuju	13	13,0	13,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

CON2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	15	15,0	15,0	15,0
Valid Setuju	75	75,0	75,0	90,0
Valid Sangat Setuju	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

CON3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
Valid Ragu-ragu	1	1,0	1,0	4,0
Valid Setuju	81	81,0	81,0	85,0
Valid Sangat Setuju	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

CON4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	4	4,0	4,0	4,0
Valid Tidak Setuju	6	6,0	6,0	10,0
Valid Setuju	82	82,0	82,0	92,0
Valid Sangat Setuju	8	8,0	8,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

LI1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	4	4,0	4,0	4,0
Valid Setuju	87	87,0	87,0	91,0
Valid Sangat Setuju	9	9,0	9,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

LI2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	11	11,0	11,0	11,0
Valid Setuju	78	78,0	78,0	89,0
Valid Sangat Setuju	11	11,0	11,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

LI3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Tidak Setuju	12	12,0	12,0	12,0
Ragu-ragu	2	2,0	2,0	14,0
Setuju	78	78,0	78,0	92,0
Sangat Setuju	8	8,0	8,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

LI4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Tidak Setuju	11	11,0	11,0	11,0
Setuju	77	77,0	77,0	88,0
Sangat Setuju	12	12,0	12,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

PR1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Tidak Setuju	6	6,0	6,0	6,0
Ragu-ragu	1	1,0	1,0	7,0
Setuju	76	76,0	76,0	83,0
Sangat Setuju	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

PR2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Tidak Setuju	15	15,0	15,0	15,0
Setuju	75	75,0	75,0	90,0
Sangat Setuju	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

PR3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Tidak Setuju	9	9,0	9,0	9,0
Setuju	80	80,0	80,0	89,0
Sangat Setuju	11	11,0	11,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

PU1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	20	20,0	20,0	20,0
Valid Setuju	68	68,0	68,0	88,0
Valid Sangat Setuju	12	12,0	12,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

PU2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	19	19,0	19,0	19,0
Valid Ragu-ragu	1	1,0	1,0	20,0
Valid Setuju	71	71,0	71,0	91,0
Valid Sangat Setuju	9	9,0	9,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

DESCRIPTIVES VARIABLES=AW1 AW2 AW3 AW4 AW5 AW6 TOTAL.AW MEAN.AW
/STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

Descriptives**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
AW1	100	3	5	4,13	,367
AW2	100	2	5	4,04	,549
AW3	100	2	5	3,83	,853
AW4	100	2	5	3,84	,813
AW5	100	2	5	4,03	,674
AW6	100	2	5	4,03	,674
Awareness	100	16	30	23,90	2,568
Awareness	100	2,67	5,00	3,9833	,42804
Valid N (listwise)	100				

DESCRIPTIVES VARIABLES=KNO1 KNO2 KNO3 TOTAL.KNO MEAN.KNO
/STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

Descriptives**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KNO1	100	2	5	4,09	,379
KNO2	100	2	5	3,82	,796
KNO3	100	2	5	3,98	,531
Knowledge	100	8	15	11,89	1,294
Knowledge	100	2,67	5,00	3,9633	,43136
Valid N (listwise)	100				

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CON1	100	2	5	3,81	,861
CON2	100	2	5	3,80	,816
CON3	100	2	5	4,08	,526
CON4	100	1	5	3,84	,813
Conviction	100	8	20	15,53	2,350
Conviction	100	2,00	5,00	3,8825	,58760
Valid N (listwise)	100				

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
L11	100	2	5	4,01	,502
L12	100	2	5	3,89	,737
L13	100	2	5	3,82	,744
L14	100	2	5	3,90	,745
Liking	100	8	20	15,62	2,178
Liking	100	2,00	5,00	3,9050	,54446
Valid N (listwise)	100				

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PR1	100	2	5	4,04	,650
PR2	100	2	5	3,80	,816
PR3	100	2	5	3,93	,685
Preference	100	6	15	11,77	1,687
Preference	100	2,00	5,00	3,9233	,56229
Valid N (listwise)	100				

Descriptives

Notes		
Output Created		06-MAR-2019 13:29:06
Comments		
Input	Data	D:\PEMBAHASAN\Untitled1
	Active Dataset	spss.sav
	Filter	DataSet1
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	All non-missing data are used.
Syntax		DESCRIPTIVES VARIABLES=PU1 PU2 TOTAL.PU MEAN.PU /STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,02

[DataSet1] D:\PEMBAHASAN\Untitled1 spss.sav

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PU1	100	2	5	3,72	,922
PU2	100	2	5	3,70	,882
Purchase	100	4	10	7,42	1,590
Purchase	100	2,00	5,00	3,7100	,79512
Valid N (listwise)	100				

CROSSTABS

/TABLES=JK Usia Pekerjaan Pend.Ter BY KAT.AW KAT.IN KAT.LI
KAT.PU KAT.COM KAT.PR

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT ROW

/COUNT ROUND CELL.

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Jenis Kelamin * Awareness	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%
Jenis Kelamin * Conviction	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%
Jenis Kelamin * Liking	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%
Jenis Kelamin * Purchase	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%
Jenis Kelamin * Knowledge	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%
Jenis Kelamin * Preference	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%
Usia * Awareness	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%
Usia * Conviction	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%
Usia * Liking	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%
Usia * Purchase	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%
Usia * Knowledge	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%
Usia * Preference	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%
Pekerjaan * Awareness	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%
Pekerjaan * Conviction	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%
Pekerjaan * Liking	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%
Pekerjaan * Purchase	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%
Pekerjaan * Knowledge	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%
Pekerjaan * Preference	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%
Pendidikan Terakhir * Awareness	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%
Pendidikan Terakhir * Conviction	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%
Pendidikan Terakhir * Liking	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%
Pendidikan Terakhir * Purchase	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%
Pendidikan Terakhir * Knowledge	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%
Pendidikan Terakhir * Preference	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%

Jenis Kelamin * Awareness Crosstabulation

			Awareness		Total
			Cukup Efektif	Efektif	
Jenis Kelamin	Laki-laki	Count	11	34	45
		% within Jenis Kelamin	24,4%	75,6%	100,0%
	Perempuan	Count	12	43	55
		% within Jenis Kelamin	21,8%	78,2%	100,0%
Total		Count	23	77	100
		% within Jenis Kelamin	23,0%	77,0%	100,0%

Jenis Kelamin * Conviction Crosstabulation

			Conviction		
			Kurang Efektif	Cukup Efektif	Efektif
Jenis Kelamin	Laki-laki	Count	1	7	37
		% within Jenis Kelamin	2,2%	15,6%	82,2%
	Perempuan	Count	2	10	43
		% within Jenis Kelamin	3,6%	18,2%	78,2%
Total		Count	3	17	80
		% within Jenis Kelamin	3,0%	17,0%	80,0%

Jenis Kelamin * Conviction Crosstabulation

				Total
Jenis Kelamin	Laki-laki	Count		45
		% within Jenis Kelamin		100,0%
	Perempuan	Count		55
		% within Jenis Kelamin		100,0%
Total		Count		100
		% within Jenis Kelamin		100,0%

Jenis Kelamin * Liking Crosstabulation

			Liking		
			Kurang Efektif	Cukup Efektif	Efektif
Jenis Kelamin	Laki-laki	Count	0	8	37
		% within Jenis Kelamin	0,0%	17,8%	82,2%
	Perempuan	Count	3	8	44
		% within Jenis Kelamin	5,5%	14,5%	80,0%
Total		Count	3	16	81
		% within Jenis Kelamin	3,0%	16,0%	81,0%

Jenis Kelamin * Liking Crosstabulation

				Total
Jenis Kelamin	Laki-laki	Count		45
		% within Jenis Kelamin		100,0%
	Perempuan	Count		55
		% within Jenis Kelamin		100,0%
Total		Count		100
		% within Jenis Kelamin		100,0%

Jenis Kelamin * Purchase Crosstabulation

			Purchase		
			Kurang Efektif	Cukup Efektif	Efektif
Jenis Kelamin	Laki-laki	Count	4	6	35
		% within Jenis Kelamin	8,9%	13,3%	77,8%
	Perempuan	Count	8	7	40
		% within Jenis Kelamin	14,5%	12,7%	72,7%
Total		Count	12	13	75
		% within Jenis Kelamin	12,0%	13,0%	75,0%

Jenis Kelamin * Purchase Crosstabulation

			Total
Jenis Kelamin	Laki-laki	Count	45
		% within Jenis Kelamin	100,0%
	Perempuan	Count	55
		% within Jenis Kelamin	100,0%
Total		Count	100
		% within Jenis Kelamin	100,0%

Jenis Kelamin * Knowledge Crosstabulation

			Knowledge		Total
			Cukup Efektif	Efektif	
Jenis Kelamin	Laki-laki	Count	7	38	45
		% within Jenis Kelamin	15,6%	84,4%	100,0%
	Perempuan	Count	10	45	55
		% within Jenis Kelamin	18,2%	81,8%	100,0%
Total		Count	17	83	100
		% within Jenis Kelamin	17,0%	83,0%	100,0%

Jenis Kelamin * Preference Crosstabulation

			Preference		
			Kurang Efektif	Cukup Efektif	Efektif
Jenis Kelamin	Laki-laki	Count	2	6	37
		% within Jenis Kelamin	4,4%	13,3%	82,2%
	Perempuan	Count	0	13	42
		% within Jenis Kelamin	0,0%	23,6%	76,4%
Total		Count	2	19	79
		% within Jenis Kelamin	2,0%	19,0%	79,0%

Jenis Kelamin * Preference Crosstabulation

			Total
Jenis Kelamin	Laki-laki	Count	45
		% within Jenis Kelamin	100,0%
	Perempuan	Count	55
		% within Jenis Kelamin	100,0%
Total		Count	100
		% within Jenis Kelamin	100,0%

Usia * Awareness Crosstabulation

		Awareness		Total	
		Cukup Efektif	Efektif		
Usia	17 - 20 Tahun	Count	2	10	12
		% within Usia	16,7%	83,3%	100,0%
	21 - 24 Tahun	Count	14	45	59
		% within Usia	23,7%	76,3%	100,0%
	25 - 28 Tahun	Count	7	20	27
		% within Usia	25,9%	74,1%	100,0%
	> 29	Count	0	2	2
		% within Usia	0,0%	100,0%	100,0%
	Total	Count	23	77	100
		% within Usia	23,0%	77,0%	100,0%

Usia * Conviction Crosstabulation

		Conviction			Total	
		Kurang Efektif	Cukup Efektif	Efektif		
Usia	17 - 20 Tahun	Count	0	5	7	12
		% within Usia	0,0%	41,7%	58,3%	100,0%
	21 - 24 Tahun	Count	2	6	51	59
		% within Usia	3,4%	10,2%	86,4%	100,0%
	25 - 28 Tahun	Count	1	6	20	27
		% within Usia	3,7%	22,2%	74,1%	100,0%
	> 29	Count	0	0	2	2
		% within Usia	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	Total	Count	3	17	80	100
		% within Usia	3,0%	17,0%	80,0%	100,0%

Usia * Liking Crosstabulation

		Liking			Total	
		Kurang Efektif	Cukup Efektif	Efektif		
Usia	17 - 20 Tahun	Count	2	1	9	12
		% within Usia	16,7%	8,3%	75,0%	100,0%
	21 - 24 Tahun	Count	0	9	50	59
		% within Usia	0,0%	15,3%	84,7%	100,0%
	25 - 28 Tahun	Count	0	6	21	27
		% within Usia	0,0%	22,2%	77,8%	100,0%
	> 29	Count	1	0	1	2
		% within Usia	50,0%	0,0%	50,0%	100,0%
	Total	Count	3	16	81	100
		% within Usia	3,0%	16,0%	81,0%	100,0%

Usia * Purchase Crosstabulation

		Purchase			Total	
		Kurang Efektif	Cukup Efektif	Efektif		
Usia	17 - 20 Tahun	Count	4	0	8	12
		% within Usia	33,3%	0,0%	66,7%	100,0%
	21 - 24 Tahun	Count	6	6	47	59
		% within Usia	10,2%	10,2%	79,7%	100,0%
	25 - 28 Tahun	Count	2	6	19	27
		% within Usia	7,4%	22,2%	70,4%	100,0%
	> 29	Count	0	1	1	2
		% within Usia	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
	Total	Count	12	13	75	100
		% within Usia	12,0%	13,0%	75,0%	100,0%

Usia * Knowledge Crosstabulation

		Knowledge		Total	
		Cukup Efektif	Efektif		
Usia	17 - 20 Tahun	Count	4	8	12
		% within Usia	33,3%	66,7%	100,0%
	21 - 24 Tahun	Count	8	51	59
		% within Usia	13,6%	86,4%	100,0%
	25 - 28 Tahun	Count	4	23	27
		% within Usia	14,8%	85,2%	100,0%
	> 29	Count	1	1	2
		% within Usia	50,0%	50,0%	100,0%
	Total	Count	17	83	100
		% within Usia	17,0%	83,0%	100,0%

Usia * Preference Crosstabulation

		Preference			Total	
		Kurang Efektif	Cukup Efektif	Efektif		
Usia	17 - 20 Tahun	Count	1	3	8	12
		% within Usia	8,3%	25,0%	66,7%	100,0%
	21 - 24 Tahun	Count	0	10	49	59
		% within Usia	0,0%	16,9%	83,1%	100,0%
	25 - 28 Tahun	Count	1	5	21	27
		% within Usia	3,7%	18,5%	77,8%	100,0%
	> 29	Count	0	1	1	2
		% within Usia	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
	Total	Count	2	19	79	100
		% within Usia	2,0%	19,0%	79,0%	100,0%

Pekerjaan * Awareness Crosstabulation

			Awareness		Total
			Cukup Efektif	Efektif	
Pekerjaan	Belum bekerja	Count	0	1	1
		% within Pekerjaan	0,0%	100,0%	100,0%
	Mahasiswa	Count	7	20	27
		% within Pekerjaan	25,9%	74,1%	100,0%
	Petani	Count	1	0	1
		% within Pekerjaan	100,0%	0,0%	100,0%
	PNS	Count	2	12	14
		% within Pekerjaan	14,3%	85,7%	100,0%
	Swasta	Count	12	39	51
		% within Pekerjaan	23,5%	76,5%	100,0%
	Wiraswasta	Count	1	5	6
		% within Pekerjaan	16,7%	83,3%	100,0%
	Total	Count	23	77	100
		% within Pekerjaan	23,0%	77,0%	100,0%

Pekerjaan * Conviction Crosstabulation

			Conviction		
			Kurang Efektif	Cukup Efektif	Efektif
Pekerjaan	Belum bekerja	Count	0	0	1
		% within Pekerjaan	0,0%	0,0%	100,0%
	Mahasiswa	Count	0	7	20
		% within Pekerjaan	0,0%	25,9%	74,1%
	Petani	Count	0	0	1
		% within Pekerjaan	0,0%	0,0%	100,0%
	PNS	Count	0	1	13
		% within Pekerjaan	0,0%	7,1%	92,9%
	Swasta	Count	3	7	41
		% within Pekerjaan	5,9%	13,7%	80,4%
	Wiraswasta	Count	0	2	4
		% within Pekerjaan	0,0%	33,3%	66,7%
	Total	Count	3	17	80
		% within Pekerjaan	3,0%	17,0%	80,0%

Pekerjaan * Conviction Crosstabulation

			Total
Pekerjaan	Belum bekerja	Count	1
		% within Pekerjaan	100,0%
	Mahasiswa	Count	27
		% within Pekerjaan	100,0%
	Petani	Count	1
		% within Pekerjaan	100,0%
	PNS	Count	14
		% within Pekerjaan	100,0%
	Swasta	Count	51
		% within Pekerjaan	100,0%
	Wiraswasta	Count	6
		% within Pekerjaan	100,0%
	Total	Count	100
		% within Pekerjaan	100,0%

Pekerjaan * Liking Crosstabulation

			Liking		
			Kurang Efektif	Cukup Efektif	Efektif
Pekerjaan	Belum bekerja	Count	0	0	1
		% within Pekerjaan	0,0%	0,0%	100,0%
	Mahasiswa	Count	2	3	22
		% within Pekerjaan	7,4%	11,1%	81,5%
	Petani	Count	0	0	1
		% within Pekerjaan	0,0%	0,0%	100,0%
	PNS	Count	0	2	12
		% within Pekerjaan	0,0%	14,3%	85,7%
	Swasta	Count	1	10	40
		% within Pekerjaan	2,0%	19,6%	78,4%
	Wiraswasta	Count	0	1	5
		% within Pekerjaan	0,0%	16,7%	83,3%
	Total	Count	3	16	81
		% within Pekerjaan	3,0%	16,0%	81,0%

Pekerjaan * Liking Crosstabulation

			Total
Pekerjaan	Belum bekerja	Count	1
		% within Pekerjaan	100,0%
	Mahasiswa	Count	27
		% within Pekerjaan	100,0%
	Petani	Count	1
		% within Pekerjaan	100,0%
	PNS	Count	14
		% within Pekerjaan	100,0%
	Swasta	Count	51
		% within Pekerjaan	100,0%
	Wiraswasta	Count	6
		% within Pekerjaan	100,0%
	Total	Count	100
		% within Pekerjaan	100,0%

Pekerjaan * Purchase Crosstabulation

			Purchase		
			Kurang Efektif	Cukup Efektif	Efektif
Pekerjaan	Belum bekerja	Count	0	0	1
		% within Pekerjaan	0,0%	0,0%	100,0%
	Mahasiswa	Count	6	0	21
		% within Pekerjaan	22,2%	0,0%	77,8%
	Petani	Count	0	1	0
		% within Pekerjaan	0,0%	100,0%	0,0%
	PNS	Count	0	3	11
		% within Pekerjaan	0,0%	21,4%	78,6%
	Swasta	Count	6	7	38
		% within Pekerjaan	11,8%	13,7%	74,5%
	Wiraswasta	Count	0	2	4
		% within Pekerjaan	0,0%	33,3%	66,7%
	Total	Count	12	13	75
		% within Pekerjaan	12,0%	13,0%	75,0%

Pekerjaan * Purchase Crosstabulation

			Total
Pekerjaan	Belum bekerja	Count	1
		% within Pekerjaan	100,0%
	Mahasiswa	Count	27
		% within Pekerjaan	100,0%
	Petani	Count	1
		% within Pekerjaan	100,0%
	PNS	Count	14
		% within Pekerjaan	100,0%
	Swasta	Count	51
		% within Pekerjaan	100,0%
	Wiraswasta	Count	6
		% within Pekerjaan	100,0%
	Total	Count	100
		% within Pekerjaan	100,0%

Pekerjaan * Knowledge Crosstabulation

			Knowledge		Total
			Cukup Efektif	Efektif	
Pekerjaan	Belum bekerja	Count	0	1	1
		% within Pekerjaan	0,0%	100,0%	100,0%
	Mahasiswa	Count	7	20	27
		% within Pekerjaan	25,9%	74,1%	100,0%
	Petani	Count	0	1	1
		% within Pekerjaan	0,0%	100,0%	100,0%
	PNS	Count	2	12	14
		% within Pekerjaan	14,3%	85,7%	100,0%
	Swasta	Count	8	43	51
		% within Pekerjaan	15,7%	84,3%	100,0%
	Wiraswasta	Count	0	6	6
		% within Pekerjaan	0,0%	100,0%	100,0%
	Total	Count	17	83	100
		% within Pekerjaan	17,0%	83,0%	100,0%

Pekerjaan * Preference Crosstabulation

			Preference		
			Kurang Efektif	Cukup Efektif	Efektif
Pekerjaan	Belum bekerja	Count	0	0	1
		% within Pekerjaan	0,0%	0,0%	100,0%
	Mahasiswa	Count	1	5	21
		% within Pekerjaan	3,7%	18,5%	77,8%
	Petani	Count	0	0	1
		% within Pekerjaan	0,0%	0,0%	100,0%
	PNS	Count	0	2	12
		% within Pekerjaan	0,0%	14,3%	85,7%
	Swasta	Count	1	12	38
		% within Pekerjaan	2,0%	23,5%	74,5%
	Wiraswasta	Count	0	0	6
		% within Pekerjaan	0,0%	0,0%	100,0%
	Total	Count	2	19	79
		% within Pekerjaan	2,0%	19,0%	79,0%

Pekerjaan * Preference Crosstabulation

			Total
Pekerjaan	Belum bekerja	Count	1
		% within Pekerjaan	100,0%
	Mahasiswa	Count	27
		% within Pekerjaan	100,0%
	Petani	Count	1
		% within Pekerjaan	100,0%
	PNS	Count	14
		% within Pekerjaan	100,0%
	Swasta	Count	51
		% within Pekerjaan	100,0%
	Wiraswasta	Count	6
		% within Pekerjaan	100,0%
	Total	Count	100
		% within Pekerjaan	100,0%

Pendidikan Terakhir * Awareness Crosstabulation

			Awareness		Total
			Cukup Efektif	Efektif	
Pendidikan Terakhir	D2	Count	0	3	3
		% within Pendidikan Terakhir	0,0%	100,0%	100,0%
	D3	Count	1	7	8
		% within Pendidikan Terakhir	12,5%	87,5%	100,0%
	S1	Count	10	39	49
		% within Pendidikan Terakhir	20,4%	79,6%	100,0%
	SMA	Count	7	19	26
		% within Pendidikan Terakhir	26,9%	73,1%	100,0%
	SMK	Count	5	9	14
		% within Pendidikan Terakhir	35,7%	64,3%	100,0%
	Total	Count	23	77	100
		% within Pendidikan Terakhir	23,0%	77,0%	100,0%

Pendidikan Terakhir * Conviction Crosstabulation

			Conviction		
			Kurang Efektif	Cukup Efektif	Efektif
Pendidikan Terakhir	D2	Count	0	0	3
		% within Pendidikan Terakhir	0,0%	0,0%	100,0%
	D3	Count	0	0	8
		% within Pendidikan Terakhir	0,0%	0,0%	100,0%
	S1	Count	1	9	39
		% within Pendidikan Terakhir	2,0%	18,4%	79,6%
	SMA	Count	0	6	20
		% within Pendidikan Terakhir	0,0%	23,1%	76,9%
	SMK	Count	2	2	10
		% within Pendidikan Terakhir	14,3%	14,3%	71,4%
	Total	Count	3	17	80
		% within Pendidikan Terakhir	3,0%	17,0%	80,0%

Pendidikan Terakhir * Conviction Crosstabulation

			Total
Pendidikan Terakhir	D2	Count	3
		% within Pendidikan Terakhir	100,0%
	D3	Count	8
		% within Pendidikan Terakhir	100,0%
	S1	Count	49
		% within Pendidikan Terakhir	100,0%
	SMA	Count	26
		% within Pendidikan Terakhir	100,0%
	SMK	Count	14
		% within Pendidikan Terakhir	100,0%
	Total	Count	100
		% within Pendidikan Terakhir	100,0%

Pendidikan Terakhir * Liking Crosstabulation

			Liking		
			Kurang Efektif	Cukup Efektif	Efektif
Pendidikan Terakhir	D2	Count	0	0	3
		% within Pendidikan Terakhir	0,0%	0,0%	100,0%
	D3	Count	0	1	7
		% within Pendidikan Terakhir	0,0%	12,5%	87,5%
	S1	Count	1	9	39
		% within Pendidikan Terakhir	2,0%	18,4%	79,6%
	SMA	Count	2	3	21
		% within Pendidikan Terakhir	7,7%	11,5%	80,8%
	SMK	Count	0	3	11
		% within Pendidikan Terakhir	0,0%	21,4%	78,6%
	Total	Count	3	16	81
		% within Pendidikan Terakhir	3,0%	16,0%	81,0%

Pendidikan Terakhir * Liking Crosstabulation

			Total
Pendidikan Terakhir	D2	Count	3
		% within Pendidikan Terakhir	100,0%
	D3	Count	8
		% within Pendidikan Terakhir	100,0%
	S1	Count	49
		% within Pendidikan Terakhir	100,0%
	SMA	Count	26
		% within Pendidikan Terakhir	100,0%
	SMK	Count	14
		% within Pendidikan Terakhir	100,0%
Total	Count	100	
	% within Pendidikan Terakhir	100,0%	

Pendidikan Terakhir * Purchase Crosstabulation

			Purchase		
			Kurang Efektif	Cukup Efektif	Efektif
Pendidikan Terakhir	D2	Count	0	0	3
		% within Pendidikan Terakhir	0,0%	0,0%	100,0%
	D3	Count	0	0	8
		% within Pendidikan Terakhir	0,0%	0,0%	100,0%
	S1	Count	6	11	32
		% within Pendidikan Terakhir	12,2%	22,4%	65,3%
	SMA	Count	5	0	21
		% within Pendidikan Terakhir	19,2%	0,0%	80,8%
	SMK	Count	1	2	11
		% within Pendidikan Terakhir	7,1%	14,3%	78,6%
Total	Count	12	13	75	
	% within Pendidikan Terakhir	12,0%	13,0%	75,0%	

Pendidikan Terakhir * Purchase Crosstabulation

			Total
Pendidikan Terakhir	D2	Count	3
		% within Pendidikan Terakhir	100,0%
	D3	Count	8
		% within Pendidikan Terakhir	100,0%
	S1	Count	49
		% within Pendidikan Terakhir	100,0%
	SMA	Count	26
		% within Pendidikan Terakhir	100,0%
	SMK	Count	14
		% within Pendidikan Terakhir	100,0%
Total	Count	100	
	% within Pendidikan Terakhir	100,0%	

Pendidikan Terakhir * Knowledge Crosstabulation

			Knowledge		Total
			Cukup Efektif	Efektif	
Pendidikan Terakhir	D2	Count	0	3	3
		% within Pendidikan Terakhir	0,0%	100,0%	100,0%
	D3	Count	0	8	8
		% within Pendidikan Terakhir	0,0%	100,0%	100,0%
	S1	Count	9	40	49
		% within Pendidikan Terakhir	18,4%	81,6%	100,0%
	SMA	Count	6	20	26
		% within Pendidikan Terakhir	23,1%	76,9%	100,0%
	SMK	Count	2	12	14
		% within Pendidikan Terakhir	14,3%	85,7%	100,0%
	Total	Count	17	83	100
		% within Pendidikan Terakhir	17,0%	83,0%	100,0%

Pendidikan Terakhir * Preference Crosstabulation

			Preference		
			Kurang Efektif	Cukup Efektif	Efektif
Pendidikan Terakhir	D2	Count	0	1	2
		% within Pendidikan Terakhir	0,0%	33,3%	66,7%
	D3	Count	0	1	7
		% within Pendidikan Terakhir	0,0%	12,5%	87,5%
	S1	Count	1	11	37
		% within Pendidikan Terakhir	2,0%	22,4%	75,5%
	SMA	Count	1	5	20
		% within Pendidikan Terakhir	3,8%	19,2%	76,9%
	SMK	Count	0	1	13
		% within Pendidikan Terakhir	0,0%	7,1%	92,9%
	Total	Count	2	19	79
		% within Pendidikan Terakhir	2,0%	19,0%	79,0%

Pendidikan Terakhir * Preference Crosstabulation

			Total
Pendidikan Terakhir	D2	Count	3
		% within Pendidikan Terakhir	100,0%
	D3	Count	8
		% within Pendidikan Terakhir	100,0%
	S1	Count	49
		% within Pendidikan Terakhir	100,0%
	SMA	Count	26
		% within Pendidikan Terakhir	100,0%
	SMK	Count	14
		% within Pendidikan Terakhir	100,0%
	Total	Count	100
		% within Pendidikan Terakhir	100,0%

Statistics

		AWARENESS	KNOWLEDGE	CONVICTION	LIKING	PREFERENCE
N	Valid	100	93	93	88	86
	Missing	0	7	7	12	14
Mean		,93	1,00	,95	,98	,99
Median		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Std. Deviation		,256	,000	,227	,150	,108
Minimum		0	1	0	0	0
Maximum		1	1	1	1	1

Statistics

		PURCHASE
N	Valid	85
	Missing	15
Mean		,89
Median		1,00
Std. Deviation		,310
Minimum		0
Maximum		1

Frequency Table**AWARENESS**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NO AWARENESS	7	7,0	7,0	7,0
	AWARENESS	93	93,0	93,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

KNOWLEDGE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KNOWLEDGE	93	93,0	100,0	100,0
Missing	System	7	7,0		
Total		100	100,0		

CONVICTION

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NO CONVICTION	5	5,0	5,4	5,4
	CONVICTION	88	88,0	94,6	100,0
	Total	93	93,0	100,0	
Missing	System	7	7,0		
Total		100	100,0		

LIKING

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NO LIKING	2	2,0	2,3	2,3
	LIKING	86	86,0	97,7	100,0
	Total	88	88,0	100,0	
Missing	System	12	12,0		
Total		100	100,0		

PREFERENCE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NO PREFERENCE	1	1,0	1,2	1,2
	PREFERENCE	85	85,0	98,8	100,0
	Total	86	86,0	100,0	
Missing	System	14	14,0		
Total		100	100,0		

PURCHASE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NO PURCHASE	9	9,0	10,6	10,6
	PURCHASE	76	76,0	89,4	100,0
	Total	85	85,0	100,0	
Missing	System	15	15,0		
Total		100	100,0		

LAMPIRAN

IKLAN TOKOPEDIA VERSI MULAI AJA DULU





Masa depan karirnya udah aman



Ini temen-temen gue



Ini orang tua gue, setia di perusahaannya



Kita pengen kamu bahagia, kata bapak

