

# LAMPIRAN 1

## KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr.Wb

Saya adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta. Saat ini saya sedang mengadakan penelitian akhir untuk penyusunan skripsi tentang **Pengaruh Iklan Aplikasi Snack Video versi “Beli Itik Dua Ekor” di Youtube Terhadap Sikap Khalayak (Survey pada orang yang memberikan komentar postingan di akun @nisa2306).**

Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Saudara untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner yang saya lampirkan. Tidak ada jawaban yang salah, semua jawaban adalah benar jika sesuai petunjuk pengisian dan keadaan Saudara.

Atas kesediaan dan waktu yang telah diluahkan, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

**Luthfi Dwi Kamaludin**  
**NIM. 2017140013**

Isilah identitas Saudara responden dan berikan penilaian pada setiap pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda lingkaran pada setiap jawaban.

**I. Identitas Responden**

- 1. Nama :
- 2. Usia :
- 3. Pekerjaan :
- 4. Jenis Kelamin :

**II. Sikap Khalayak dalam Melihat Iklan Aplikasi Snack Video versi “Beli Itik Dua Ekor” di Youtube**

Petunjuk pengisian

Berilah tanda ( √ ) pada jawaban yang dianggap paling sesuai dengan keadaan Anda.

**SS : Sangat Setuju**

**TS : Tidak Setuju**

**S : Setuju**

**STS : Sangat Tidak Setuju**

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
<b>Variabel X</b>					
<b>Sumber informasi (<i>Informativeness</i>)</b>					
1.	Saat mengunjungi Youtube, saya melihat munculnya iklan Aplikasi Snack Video yang menampilkan video informasi tentang sebuah aplikasi				
2.	Saya mendapatkan informasi baru tentang produk dari iklan di Youtube				

<b>Informasi yang relevan</b>					
3.	Saat mengunjungi Youtube, saya melihat iklan dan mendapatkan informasi yang relevan				
4.	Iklan Aplikasi Snack Video pada Youtube menyediakan informasi yang saya butuhkan				
<b>Informasi terbaru</b>					
5.	Saya mendapatkan informasi terbaru tentang Aplikasi Snack Video				
6.	Karena melihat iklan saya menerima informasi terbaru tentang Snack Video				
<b>Memperdaya/menipu (<i>Irritation</i>)</b>					
7.	Iklan Aplikasi Snack Video tidak dapat dipercaya				
8.	Iklan Aplikasi Snack Video berusaha menipu saya				
<b>Mengganggu</b>					
9.	Iklan di Youtube mengganggu saya saat sedang menonton video				
10.	Iklan Aplikasi Snack Video terlalu sering muncul Youtube				
<b>Membingungkan</b>					
11.	Versi iklan Aplikasi Snack Video di Youtube terlalu banyak membuat saya bingung				
12.	Saya tidak mengerti pesan iklan dari Aplikasi Snack Video				
<b>Variabel Y</b>					
<b>KOGNITIF</b>					
<b>Perhatian</b>					
13.	Iklan Aplikasi Snack Video di situs youtube sangat menarik perhatian untuk dilihat				

14.	Saya sangat memperhatikan iklan Aplikasi Snack Video ketika muncul				
<b>Menyadari</b>					
15.	Saya sangat menyadari kapan munculnya iklan Aplikasi Snack Video di Youtube				
16.	Saya menyadari iklan Aplikasi Snack Video muncul sebelum video pilihan saya diputar				
<b>Mengenal</b>					
17.	Saya mengenal iklan Snack Video karena sering muncul ketika saya mengakses Youtube				
18.	Dari iklan di youtube saya mengenal Aplikasi Snack Video				
<b>Mengerti dan paham</b>					
19.	Saya mengerti dan paham terdapat tombol <i>Skip Add</i> untuk menutup iklan				
20.	Saya mengerti dan paham jika tidak terdapat tombol <i>Skip-Add</i> , menandakan saya harus melihat iklan tersebut sampai akhir				
<b>Mengingat Kembali</b>					
21.	Saya bisa mengingat kembali iklan Aplikasi Snack Video yang terdapat di youtube				
22.	Saya mengingat kembali jika tombol <i>Skip Add</i> di iklan Aplikasi Snack Video muncul pada detik ke-5				
<b>AFEKTIF</b>					
<b>Perubahan Sikap</b>					
23.	Iklan Aplikasi Snack Video di Youtube yang sering muncul membuat saya merasa terusik				
24.	Lambat laun saya dapat menerima iklan Aplikasi Snack Video sebagai hal yang wajar				

<b>Suka atau tidak suka</b>					
25.	Saya tidak gembira dan keberatan dengan adanya iklan Aplikasi Snack Video di Youtube				
26.	Dengan munculnya iklan di youtube membuat saya merasa terganggu				
<b>Keterlibatan</b>					
27.	Setelah saya mengetahui isi pesan dari iklan Aplikasi Snack Video saya merasa terbujuk untuk menggunakan aplikasi yang diiklankan				
28.	Saya tertarik untuk melakukan hal yang sesuai dengan isi pesan atau informasi yang diiklankan.				
<b>KONATIF</b>					
<b>Tindakan langsung</b>					
29.	Saya akan membiarkan iklan Aplikasi Snack Video tayang sampai dengan selesai.				
30.	Saya akan tetap melihat iklan Aplikasi Snack Video meskipun ada tombol <i>skip add</i> untuk menutup iklan.				
<b>Perkataan</b>					
31.	Saya selalu sabar dan tidak mengumpat ketika iklan Aplikasi Snack Video di youtube muncul				
32.	Saya tidak merasa terganggu oleh iklan Aplikasi Snack Video di youtube oleh karena itu saya meninggalkan komentar yang positif pada video iklan tersebut				

**Terima Kasih**

## LAMPIRAN 2

### Screenshoot Kuesioner Google Form

Kuesioner Penelitian  
"Pengaruh Iklan  
Snack Video versi  
"Beli Itik Dua Ekor"  
di Youtube Terhadap  
Sikap Khalayak

Assalamu'alaikum, Wr. Wb

Perkenalkan nama saya Luthfi Dwi Karmudini (2017140015), mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jakarta. Daftar pertanyaan dibawah ini bertujuan untuk mengumpulkan data guna menyusun skripsi untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Skripsi Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi (Advertising) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Penelitian dengan judul "Pengaruh Iklan Snack Video versi Beli Itik Dua Ekor" di Youtube Terhadap Sikap Khalayak". Saya

Pertanyaan Khusus

Keterangan:  
Jika anda menjawab "Tidak" anda tidak bisa menjadi responden dalam penelitian ini. Jika anda menjawab "Ya" maka anda akan bisa melanjutkan untuk menjawab kuesioner ini.

Saya pernah melihat iklan Snack Video versi "Beli Itik Dua Ekor" di Youtube \*

Ya  
 Tidak

Back Next Clear form

Never submit passwords through Google Forms.

This content is neither created nor endorsed by Google. [Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#)

Google Forms

Identifikasi Responden

Silahkan mengisi data diri di bawah ini dengan benar.

\*Semua data diri anda yang ada di kuesioner ini akan di jaga kerahasianya, hanya responden dan peneliti saja yang mengetahui

Nama \*

Your answer

A.c.a.n Tiktok/Instagram \*

Your answer

Ura \*

Your answer

Iklan

Sumber Informasi (Informativeness)

Saat mengunjungi Youtube, saya melihat munculnya iklan Aplikasi Snack Video yang menampilkan video informasi tentang sebuah aplikasi \*

Sangat setuju  
 Setuju  
 Tidak Setuju  
 Sangat Tidak Setuju

Saya mendapatkan informasi baru tentang Aplikasi Snack Video dari iklan di Youtube \*

Sangat setuju

Sikap

KOGNITIF

Perhatian

Iklan Aplikasi Snack Video di situs youtube sangat menarik perhatian untuk dilihat ?

Sangat Setuju

Setuju

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya sangat memperhatikan iklan Appli Snack Video ketika muncul \*

https://docs.google.com

Setuju

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya tidak merasa terganggu oleh iklan Aplikasi Snack Video di youtube oleh karena itu saya meninggalkan komentar yang positif pada video iklan tersebut \*

Sangat Setuju

Setuju

Tidak Setuju

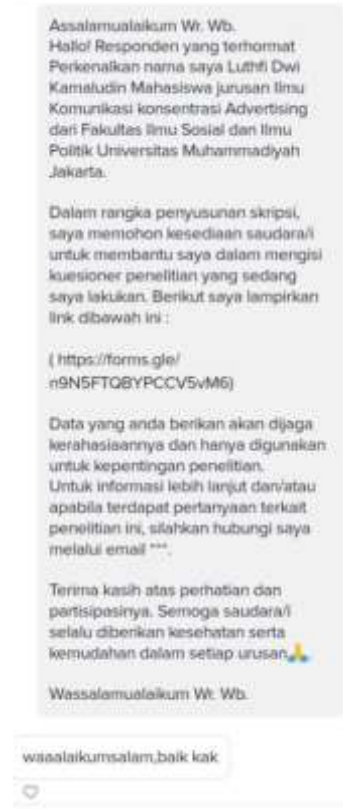
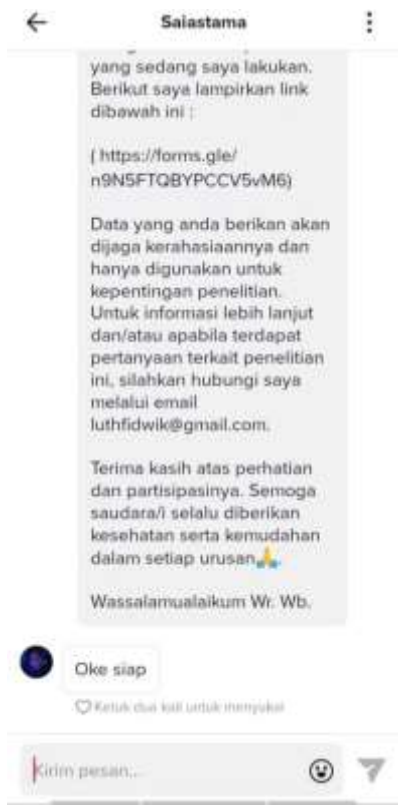
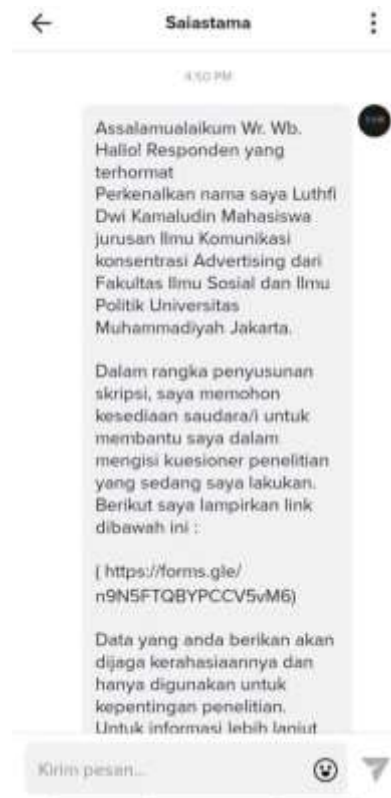
Sangat Tidak Setuju

Back Submit Clear

Never submit passwords through Google Forms.

### LAMPIRAN 3

## Dokumentasi Penyebaran Kuesioner Secara Online





## LAMPIRAN 4

### Data responden

Nomor Responden	Nama	Karakteristik Responden		
		Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan
1	Bayu	1	2	2
2	Rendi	1	2	2
3	Angga	1	2	2
4	Kevin	1	2	3
5	Arifin	1	3	3
6	Alghifary	1	2	2
7	Raditya Putra Adam	1	2	2
8	Noval Yagesya	1	3	3
9	Fitriyah Handyani	1	1	1
10	M.Ardianto	1	2	2
11	Sigit Aldian	1	2	2
12	Riski	1	2	2
13	Furqon	1	2	2
14	Nasrullah	1	3	3
15	Aflin	1	2	2
16	Randhika	1	3	3
17	Ezi	1	2	2
18	Fahira Noviana	2	1	1
19	Wahyu	1	2	2
20	Risky	1	2	2
21	Ikbal Maulana	1	2	2
22	Tommy	1	2	3
23	M.Rizqy	1	2	3
24	Kevin maulana	1	3	3
25	Heryana	1	2	2
26	Deni	1	1	1
27	Fadhil Irza Aditya	1	2	2
28	Anggin Pratama	1	2	2
29	Teguh Ariel Pratama	1	1	2
30	Alwan Alawiy	1	2	2
31	Raka	1	3	3
32	Riski	1	2	3
33	Rizal	1	3	3
34	Ary Lily	1	2	2

35	Bustamil Arifin	1	3	3
36	Sigit Aldian	1	2	2
37	Muhammad Rasidi	1	1	1
38	Edo Zain Alghoni	1	2	2
39	Muhammad Said	1	2	3
40	Sahal Muhammad	1	2	2
41	Bagus	1	1	1
42	Asep	1	2	2
43	Dani Huri	1	3	2
44	Taufiq Rohman	1	2	3
45	Naufal Musyaffa	1	1	1
46	Taufik Hidayat	1	2	3
47	Muhammad Karomah	1	2	2
48	Muhammad Riswan	1	1	1
49	Faizal	1	2	2
50	Muhammad Irmal	1	3	3
51	Toni	1	2	3
52	Reval	1	2	2
53	Jose Hardy Di Harian	1	1	1
54	Razi Aji	1	2	2
55	Bagus Dwi Andika	1	3	3
56	Luthfi Arga	1	2	3
57	Jordhi Setiawan	1	2	2
58	Andre Andreas	1	2	3
59	Rizal	1	2	3
60	Yogi	1	2	2
61	Deni Erfansyah	1	1	1
62	Riswan Bahri	1	2	2
63	Anggara	1	2	2
64	Rifangga	1	2	2
65	Risky	1	1	1
66	Indra Mahesa	1	2	2
67	Rangga	1	2	2
68	M.Satrio Airlangga	1	2	2
69	Rizki Mulyadi	1	2	3
70	Akbar AN	1	2	2
71	Mutia	1	1	1
72	M Wahyu Taufik	1	2	2
73	Muhammad Iqbal	1	1	1
74	Harlan Fadillah	1	1	1
75	Fikri Vahlevi	1	2	2

76	Airlangga	1	2	3
77	Ariel Dwi Saputra	1	2	2
78	Saiful Anwar	1	2	2
79	Khoirul Abidin	1	1	1
80	Edy Rahmayadi	1	2	2
81	Putra	1	2	2
82	Adyan	1	1	1
83	Ridho Saputra	1	2	2
84	Rava Phasa	1	2	2
85	Dafa	1	1	1
86	Hafiz	1	2	2
87	Angga	1	3	3
88	Tommy	1	2	3
89	Sevilla Nayda	2	2	2
90	Wulan Devi	2	2	2
91	Nazwa Unillah	2	1	1
92	Ikhsan Maulana	1	1	1
93	Nadine	2	2	2
94	Lia	2	2	2
95	Jeni Ayu Lestari	2	2	2
96	Septi	2	1	2
97	Tania Putri	2	1	1
98	Disna Cindra	2	1	1

Keterangan		
Jenis Kelamin	Kode	Jumlah
Laki-Laki	1	88
Perempuan	2	10
Umur	Kode	
15-19 tahun	1	22
20-24 tahun	2	64
25-29 tahun	3	12
> 30 tahun	4	0
Pekerjaan		
Pelajar	1	20
Mahasiswa	2	53
Karyawan	3	25
Wirausaha	4	0
Lainnya	5	0

### Jenis\_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	88	89.8	89.8	89.8
	Perempuan	10	10.2	10.2	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

### Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-19 tahun	22	22.4	22.4	22.4
	20-24 tahun	64	65.3	65.3	87.8
	25-29 tahun	12	12.2	12.2	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

### Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar	20	20.4	20.4	20.4
	Mahasiswa	53	54.1	54.1	74.5
	Karyawan	25	25.5	25.5	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

## Variabel X (Iklan Aplikasi Snack Video)

### Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	TOTAL_X
X1	Pearson Correlation	1	.491**	.550**	.208	.293	.136	.333	.430*	.267	.182	.332	.220	.611**
	Sig. (2-tailed)		.006	.002	.270	.116	.475	.073	.018	.153	.336	.073	.243	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.491**	1	.580**	.526**	.580**	.238	.550**	.292	.235	.160	.097	.000	.652**
	Sig. (2-tailed)	.006		.001	.003	.001	.205	.002	.117	.212	.398	.609	1.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.550**	.580**	1	.729**	.761**	.608**	.232	.158	.139	.146	.083	.014	.671**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001		.000	.000	.000	.218	.403	.465	.442	.664	.943	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	.208	.526**	.729**	1	.842**	.719**	.199	-.061	-.020	-.195	-.196	-.146	.470**
	Sig. (2-tailed)	.270	.003	.000		.000	.000	.292	.751	.918	.301	.300	.442	.009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	.293	.580**	.761**	.842**	1	.788**	.125	-.038	.049	-.086	-.184	-.243	.503**
	Sig. (2-tailed)	.116	.001	.000	.000		.000	.512	.842	.796	.650	.331	.195	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X6	Pearson Correlation	.136	.238	.608**	.719**	.788**	1	-.090	-.090	-.103	-.240	-.204	-.203	.318
	Sig. (2-tailed)	.475	.205	.000	.000	.000		.636	.636	.589	.202	.279	.283	.087

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X7	Pearson Correlation	.333	.550**	.232	.199	.125	-.090	1	.740**	.434*	.406*	.589**	.451*	.735**
	Sig. (2-tailed)	.073	.002	.218	.292	.512	.636		.000	.016	.026	.001	.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X8	Pearson Correlation	.430*	.292	.158	-.061	-.038	-.090	.740**	1	.360	.493**	.736**	.597**	.691**
	Sig. (2-tailed)	.018	.117	.403	.751	.842	.636	.000		.050	.006	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X9	Pearson Correlation	.267	.235	.139	-.020	.049	-.103	.434*	.360	1	.610**	.587**	.555**	.600**
	Sig. (2-tailed)	.153	.212	.465	.918	.796	.589	.016	.050		.000	.001	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X10	Pearson Correlation	.182	.160	.146	-.195	-.086	-.240	.406*	.493**	.610**	1	.783**	.729**	.589**
	Sig. (2-tailed)	.336	.398	.442	.301	.650	.202	.026	.006	.000		.000	.000	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X11	Pearson Correlation	.332	.097	.083	-.196	-.184	-.204	.589**	.736**	.587**	.783**	1	.745**	.655**
	Sig. (2-tailed)	.073	.609	.664	.300	.331	.279	.001	.000	.001	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X12	Pearson Correlation	.220	.000	.014	-.146	-.243	-.203	.451*	.597**	.555**	.729**	.745**	1	.561**
	Sig. (2-tailed)	.243	1.000	.943	.442	.195	.283	.012	.000	.001	.000	.000		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_X	Pearson Correlation	.611**	.652**	.671**	.470**	.503**	.318	.735**	.691**	.600**	.589**	.655**	.561**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.009	.005	.087	.000	.000	.000	.001	.000	.001	

N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

## Frequency Table

**X1\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Setuju	70	71.4	71.4	73.5
	Sangat Setuju	26	26.5	26.5	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

**X1\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Setuju	70	71.4	71.4	72.4
	Sangat Setuju	27	27.6	27.6	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

**X1\_3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.1	3.1	3.1
	Setuju	66	67.3	67.3	70.4
	Sangat Setuju	29	29.6	29.6	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

**X1\_4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5.1	5.1	5.1

	Setuju	68	69.4	69.4	74.5
	Sangat Setuju	25	25.5	25.5	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

### X1\_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Setuju	68	69.4	69.4	71.4
	Sangat Setuju	28	28.6	28.6	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

### X1\_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.1	4.1	4.1
	Setuju	73	74.5	74.5	78.6
	Sangat Setuju	21	21.4	21.4	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

### X2\_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	7.1	7.1	7.1
	Setuju	56	57.1	57.1	64.3
	Sangat Setuju	35	35.7	35.7	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

### X2\_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	12	12.2	12.2	12.2



	Setuju	62	63.3	63.3	75.5
	Sangat Setuju	24	24.5	24.5	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

### X2\_9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.1	3.1	3.1
	Setuju	59	60.2	60.2	63.3
	Sangat Setuju	36	36.7	36.7	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

### X2\_10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	70	71.4	71.4	71.4
	Sangat Setuju	28	28.6	28.6	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

### X2\_11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Setuju	71	72.4	72.4	73.5
	Sangat Setuju	26	26.5	26.5	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

### X2\_12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	6.1	6.1	6.1
	Setuju	72	73.5	73.5	79.6
	Sangat Setuju	20	20.4	20.4	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

## Variabel Y (Sikap Khalayak)

		Correlations									
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10
Y1	Pearson Correlation	1	.761**	.557**	.520**	.019	.193	.229	.144	.090	.229
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.003	.922	.300	.225	.440	.930	.225
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.761**	1	.547**	.472**	.000	.164	-.062	-.134	.261	-.062
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.008	1.000	.388	.746	.481	.163	.746
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.557**	.547**	1	.894**	.259	.283	.178	.130	.274	.069
	Sig. (2-tailed)	.001	.002		.000	.167	.130	.345	.494	.143	.716
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.520**	.472**	.894**	1	.183	.047	.295	.130	.170	.094
	Sig. (2-tailed)	.003	.008	.000		.333	.804	.114	.493	.369	.622
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.019	.000	.259	.183	1	.436*	.420*	.401*	.426*	.124
	Sig. (2-tailed)	.922	1.000	.167	.333		.016	.021	.028	.019	.515
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.193	.164	.283	.047	.436*	1	.247	.363*	.666**	.367*
	Sig. (2-tailed)	.308	.388	.130	.804	.016		.187	.049	.000	.046
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.229	-.062	.178	-.295	-.420*	.247	1	.719**	.275	.593**
	Sig. (2-tailed)	.325	.746	.345	.114	.021	.187		.000	.142	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y8	Pearson Correlation	.144	-.134	.130	.130	.401*	.363*	.719**	1	.308	.573**
	Sig. (2-tailed)	.448	.481	.494	.493	.028	.049	.000		.100	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y9	Pearson Correlation	.090	.261	.274	.170	.426*	.666**	.275	.306	1	.521**
	Sig. (2-tailed)	.638	.163	.143	.369	.019	.000	.142	.100		.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y10	Pearson Correlation	.229	-.062	.069	.094	.124	.367*	.593**	.573**	.521**	1
	Sig. (2-tailed)	.325	.746	.716	.822	.515	.046	.001	.001	.003	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y11	Pearson Correlation	-.075	-.049	.040	.100	.078	-.025	.378*	.162	.103	.164
	Sig. (2-tailed)	.693	.798	.833	.598	.682	.895	.039	.393	.587	.387
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y12	Pearson Correlation	.626**	.367*	.722**	.590**	.078	.050	.100	-.015	-.013	-.043
	Sig. (2-tailed)	.003	.046	.000	.001	.683	.783	.500	.936	.946	.823
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y13	Pearson Correlation	.621**	.542**	.406*	.352	.120	-.088	-.034	-.091	-.105	-.034
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.026	.056	.528	.642	.857	.831	.581	.857
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y14	Pearson Correlation	-.161	-.291	-.027	.033	.185	.258	.372*	.134	.112	.146
	Sig. (2-tailed)	.394	.119	.887	.801	.329	.168	.043	.480	.555	.440
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y15	Pearson Correlation	.589**	.615**	.547**	.096	-.032	-.036	-.182	-.172	-.011	-.006
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.439	.615	.866	.849	.335	.365	.955	.975
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y16	Pearson Correlation	.684**	.577**	.215	.276	-.044	.029	-.024	-.096	.066	-.024
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.254	.141	.816	.881	.899	.613	.729	.899
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y17	Pearson Correlation	.557**	.830**	.580**	.490**	.139	-.006	-.040	-.108	.078	-.040
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001	.006	.463	.973	.833	.576	.690	.833
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y18	Pearson Correlation	.515**	.597**	.247	.300	-.114	-.042	-.039	-.068	-.030	-.039
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.188	.107	.548	.825	.839	.722	.876	.839
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y19	Pearson Correlation	.427*	.673**	.497**	.561**	.015	-.079	-.031	-.172	.362*	.053
	Sig. (2-tailed)	.019	.000	.005	.001	.938	.679	.672	.363	.050	.781
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y20	Pearson Correlation	.436*	.505**	.517**	.527**	.018	-.095	-.037	-.098	.263	.166
	Sig. (2-tailed)	.015	.004	.003	.003	.923	.618	.846	.606	.178	.385
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.780**	.746**	.717**	.690**	.290	.297	.337	.212	.414*	.307
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.120	.111	.068	.261	.023	.099
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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



## Frequency Table

### Y1\_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	13	13.3	13.3	13.3
	Setuju	56	57.1	57.1	70.4
	Sangat Setuju	29	29.6	29.6	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

### Y1\_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	12	12.2	12.2	12.2
	Setuju	64	65.3	65.3	77.6
	Sangat Setuju	22	22.4	22.4	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

### Y1\_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.1	3.1	3.1
	Setuju	73	74.5	74.5	77.6
	Sangat Setuju	22	22.4	22.4	100.0

Total	98	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

#### Y1\_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5.1	5.1	5.1
	Setuju	73	74.5	74.5	79.6
	Sangat Setuju	20	20.4	20.4	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

#### Y1\_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Setuju	70	71.4	71.4	72.4
	Sangat Setuju	27	27.6	27.6	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

#### Y1\_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Setuju	72	73.5	73.5	75.5

	Sangat Setuju	24	24.5	24.5	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

### Y1\_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Setuju	58	59.2	59.2	60.2
	Sangat Setuju	39	39.8	39.8	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

### Y1\_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Setuju	65	66.3	66.3	68.4
	Sangat Setuju	31	31.6	31.6	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

### Y1\_9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	7.1	7.1	7.1

	Setuju	66	67.3	67.3	74.5
	Sangat Setuju	25	25.5	25.5	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

### Y1\_10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5.1	5.1	5.1
	Setuju	68	69.4	69.4	74.5
	Sangat Setuju	25	25.5	25.5	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

### Y2\_11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	61	62.2	62.2	62.2
	Sangat Setuju	37	37.8	37.8	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

### Y2\_12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	15	15.3	15.3	15.3

	Setuju	56	57.1	57.1	72.4
	Sangat Setuju	27	27.6	27.6	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

### Y2\_13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	11.2	11.2	11.2
	Setuju	63	64.3	64.3	75.5
	Sangat Setuju	24	24.5	24.5	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

### Y2\_14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	6.1	6.1	6.1
	Setuju	66	67.3	67.3	73.5
	Sangat Setuju	26	26.5	26.5	100.0
	Total	98	100.0	100.0	



### Y2\_18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	15	15.3	15.3	15.3
	Setuju	57	58.2	58.2	73.5
	Sangat Setuju	26	26.5	26.5	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

### Y2\_16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	18	18.4	18.4	18.4
	Setuju	59	60.2	60.2	78.6
	Sangat Setuju	21	21.4	21.4	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

### Y3\_17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	13	13.3	13.3	13.3
	Setuju	57	58.2	58.2	71.4
	Sangat Setuju	28	28.6	28.6	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

**Y3\_18**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	17	17.3	17.3	17.3
	Setuju	58	59.2	59.2	76.5
	Sangat Setuju	23	23.5	23.5	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

**Y3\_19**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	13	13.3	13.3	13.3
	Setuju	62	63.3	63.3	76.5
	Sangat Setuju	23	23.5	23.5	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

**Y3\_20**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	16	16.3	16.3	16.3
	Setuju	60	61.2	61.2	77.6
	Sangat Setuju	22	22.4	22.4	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

## Regression

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.815 <sup>a</sup>	.664	.661	5.487

a. Predictors: (Constant), IKLAN

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5720.896	1	5720.896	190.042	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2889.920	96	30.103		
	Total	8610.816	97			

a. Dependent Variable: Sikap Khalayak

b. Predictors: (Constant), IKLAN

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.010	4.149		5.064	.000
	Sikap Khalayak	.446	.032	.815	13.786	.000

a. Dependent Variable: Sikap Khalayak







## Coding Sheet Variabel Y

No.	Sikap Khalayak																				Total Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	
1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	160
2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	150
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	144
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	152
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	160
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	160
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	160
9	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	114
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	160
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
12	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	114
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	160
14	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	116
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
16	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	118
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	142
18	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	114
19	2	2	3	3	4	3	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	122
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
21	2	2	3	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	116
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	154
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
24	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	116
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	118
26	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	114
27	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	116
28	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	120
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	118
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	160
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
32	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	122
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	160
34	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	122
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
36	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	116
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	160
38	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	116
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
41	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	116
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	160
44	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	118
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	114
46	3	3	2	2	3	3	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	132
47	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	4	3	4	3	138
48	2	2	2	2	3	3	4	4	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	114
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	130





