

KUESIONER

Nomor Responden :

Penelitian ini dilaksanakan untuk melengkapi penulisan skripsi mengenai **“Sikap perempuan berjilbab Surabaya terhadap tayangan iklan Sunsilk *Clean&Fresh* di televisi”** yang sedang dilaksanakan penulis untuk Program Strata 1 Fakultas Ilmu Komunikasi.

Iklan Sunsilk *Clean&Fresh* adalah salah satu iklan produk Shampo Sunsilk, dimana dalam iklan ini ditampilkan seorang ibu guru berjilbab yang terperangkap di dalam lift bersama sejumlah murid Taman Kanak-kanak.

Atas kesediaannya untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur penulis sampaikan terima kasih sebanyak-banyaknya. Kiranya Tuhan memberkati.

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Berapa usia Anda?

a. 15 tahun – 19 tahun	d. \geq 40 tahun
b. 20 tahun – 29 tahun	
c. 30 tahun – 39 tahun	

2. Pendidikan terakhir?

a. SD	d. Perguruan Tinggi
b. SLTP	e. Lain-lain (.....)
c. SMU	

3. Pekerjaan saat ini?

a. Pelajar	e. Pegawai Negeri
b. Mahasiswa	f. Ibu Rumah Tangga
c. Wiraswasta	g. Lain-lain (.....)
d. Pegawai Swasta	

4. Pengeluaran rata-rata setiap bulan?

a. < Rp. 500.000	d. Rp. 2.000.001-Rp. 3.000.000
b. Rp. 500.001- Rp. 1.000.000	e. >Rp. 3.000.000
c. Rp. 1.000.001-Rp. 2.000.000	

5. Apakah Anda suka mencoba produk baru?

a. Ya	
b. Tidak	

6. Anda biasanya memperoleh informasi mengenai produk baru melalui?

a. Koran	d. Radio
----------	----------

- b. Majalah/ Tabloid
 - c. Televisi
 - e. Keluarga/ Orang lain
 - f. Lain-lain (.....)
- Alasan:

II. PENGGUNAAN MEDIA TELEVISI

7. Berapa waktu yang Anda luangkan untuk menonton televisi dalam sehari?
 - a. < 1 jam
 - b. 1 jam – 2 jam
 - c. 2 jam – 3 jam
 - d. 3 jam – 4 jam
 - e. > 4 jam
8. Apa yang Anda lakukan apabila ada iklan di televisi?
 - a. Tetap menontonnya
 - b. Mengganti saluran televisi lainnya

III. SHAMPO SUNSILK

9. Apakah Anda tahu tentang produk shampo Sunsilk?
 - a. Ya
 - b. Tidak
10. Dari mana Anda tahu tentang informasi tersebut?
 - a. Koran
 - b. Majalah/ Tabloid
 - c. Televisi
 - d. Radio
 - e. Keluarga/ Orang lain
 - f. Lain-lain (.....)
11. Apakah Anda pernah mencoba menggunakan produk *Sunsilk Clean& Fresh*?
 - a. Ya
 - b. Tidak
12. Produk shampo apa yang sedang Anda gunakan?
 - a. *Sunsilk Clean&Fresh*
 - b. Lainnya, sebutkan

Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut dengan memberi tanda cawang (✓) pada pilihan jawaban yang sesuai.

STS = Sangat Tidak Setuju	S = Setuju
TS = Tidak Setuju	SS = Sangat Setuju

IV. ASPEK KOGNITIF

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Tampilan visualisasi iklan dapat menyampaikan pesan iklan dengan jelas, yaitu bahwa dalam kondisi sepanas apapun, produk ini dapat membuat kepala tetap terasa dingin dan segar.					
2.	Ekspresi wajah dan gerakan tubuh model iklan (Annisa) dapat menyampaikan rasa dingin dan segar (karena telah menggunakan produk ini) walaupun sedang berada di tengah suasana panik dan gerah terperangkap di dalam lift					
3.	Dialog percakapan yang ada pada iklan ini dapat didengar dan dipahami dengan jelas					
4.	Musik dan efek suara yang terdengar pada iklan ini mendukung untuk lebih memahami adegan iklan					
5.	Adegan yang diperankan oleh model iklan (Annisa) sebagai seorang ibu guru berjilbab dapat meyakinkan saya mengenai manfaat produk, yaitu bahwa dalam kondisi sepanas apapun produk ini dapat membuat kepala tetap terasa dingin dan segar					
6.	Iklan ini dapat menyampaikan keunggulan produk dengan jelas, yaitu bahwa produk ini memang mampu menjaga kepala tetap terasa dingin dan segar bagi perempuan berjilbab					
7.	<i>Setting</i> (pemilihan tempat) iklan yang berada di dalam lift ini memudahkan saya untuk memahami bahwa model iklan dapat bersikap tenang walaupun sedang berada dalam keadaan panik dan gerah karena telah menggunakan produk yang dapat membuat kepala tetap terasa dingin dan segar meskipun sedang menggunakan jilbab					
8.	Pencahayaan pada iklan ini jelas sehingga dapat membuat saya memahami pesan iklan dengan jelas					
9.	Tampilan kata-kata/ tulisan yang terbaca seperti slogan “kepala dingin hati sejuk” dan gambar produk dapat terlihat dengan jelas sehingga dapat membuat saya memahami pesan iklan dengan jelas					

10.	Kecepatan tayang setiap adegan tepat sehingga memudahkan saya untuk memahami pesan iklan dengan jelas					
-----	---	--	--	--	--	--

V. ASPEK AFEKTIF

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya menyukai tampilan visualisasi, termasuk ekspresi wajah, gerakan tubuh yang ada pada iklan ini					
2.	Saya menyukai dialog percakapan pada iklan ini					
3.	Saya menyukai musik dan efek suara pada iklan ini					
4.	Saya menyukai adegan yang diperankan oleh model iklan (Annisa) karena dapat menyampaikan manfaat produk bagi perempuan berjilbab dengan jelas serta dapat menimbulkan perasaan dingin dan segar ketika saya menontonnya					
5.	Saya menyukai produk ini karena produk ini dapat menjaga kepala tetap terasa dingin dan segar bagi perempuan berjilbab					
6.	Saya menyukai <i>setting</i> (pemilihan tempat) iklan yang berada di dalam lift karena dapat menyampaikan manfaat produk dengan jelas					
7.	Saya menyukai pencahayaan pada iklan ini karena dapat membuat saya memahami pesan iklan dengan jelas					
8.	Saya menyukai tampilan kata-kata/ tulisan seperti slogan “kepala dingin hati sejuk” dan gambar produk pada iklan ini karena dapat membuat saya memahami pesan iklan dengan jelas					
9.	Saya menyukai kecepatan tayang setiap adegan karena dapat membuat saya memahami pesan iklan dengan jelas					
10.	Saya menyukai iklan ini secara keseluruhan (baik dari tampilan visualisasi dan gerakan yang ada, kata-kata yang diucapkan, musik dan efek suara, model iklan, produk yang diiklankan, pemilihan tempat iklan, pencahayaan, tampilan kata dan gambar produk, kecepatan tayang adegan)					

VI. ASPEK KONATIF

1. Apakah setelah menonton tayangan iklan Sunsilk *Clean&Fresh* Anda berminat untuk membeli produk tersebut?
 - a. Ya
 - b. Tidak

2. Jika Ya, apakah Anda akan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain?
 - a. Ya
 - b. Tidak

3. Bagian mana dari iklan yang membuat Anda mengerti tentang keunggulan dari produk tersebut?
 - a. Tampilan (gambar) iklan
 - b. Model iklan
 - c. *Setting* (pemilihan tempat) iklan
 - d. Musik iklan
 - e. Slogan iklan
 - f. Lain – lain (.....)

4. Bagian mana dari iklan yang membuat Anda ingin membeli dan mencoba menggunakan produk tersebut?
 - a. Tampilan (gambar) iklan
 - b. Model iklan
 - c. *Setting* (pemilihan tempat) iklan
 - d. Musik iklan
 - e. Slogan iklan
 - f. Lain – lain (.....)

- Terima kasih -

Reliability and Validity of the cognitive pre-sampling

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.919	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Tampilan visualisasi iklan dapat menyampaikan pesan iklan dengan jelas	29.20	28.166	.871	.906
Ekspresi wajah dan gerakan tubuh model dapat menyampaikan rasa dingin dan segar	29.17	28.006	.713	.910
Dialog percakapan yang ada pada iklan ini dapat didengar dan dipahami dengan jelas	29.67	26.506	.717	.909
Musik dan efek suara yang terdengar mendukung untuk lebih memahami adegan iklan	29.87	28.602	.522	.920
Adegan yang diperankan oleh model iklan dapat meyakinkan saya mengenai manfaat produk	29.43	28.944	.475	.922
Iklan dapat menyampaikan keunggulan produk dengan jelas	29.20	27.890	.726	.910
Pemilihan tempat iklan memudahkan saya untuk memahami model iklan	29.23	27.495	.717	.910
Pencahayaan pada iklan jelas sehingga membuat saya memahami pesan iklan dengan jelas	30.07	24.340	.797	.905
Tampilan kata-kata/ tulisan seperti slogan dan gambar produk dapat terlihat dengan jelas	29.33	26.851	.756	.907
Kecepatan tayang setiap adegan tepat sehingga memudahkan saya untuk memahami pesan iklan dengan jelas	29.73	23.582	.840	.903

Reliability and Validity of the affective pre-sampling

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.853	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya menyukai tampilan visualisasi	31.30	18.148	.564	.839
Saya menyukai dialog percakapan pada iklan ini	31.27	19.306	.336	.856
Saya menyukai musik dan efek suara pada iklan ini	31.47	16.671	.614	.834
Saya menyukai adegan yang diperankan oleh model iklan	31.07	20.271	.319	.863
Saya menyukai produk ini karena produk ini dapat menjaga kepala tetap terasa dingin dan segar	31.27	17.857	.622	.835
Saya menyukai pemilihan tempat iklan	31.27	17.857	.562	.839
Saya menyukai pencahayaan pada iklan ini	31.57	15.978	.677	.828
Saya menyukai tampilan kata-kata/ tulisan termasuk slogan dan gambar produk	31.33	15.264	.829	.810
Saya menyukai kecepatan tayang setiap adegan	31.23	17.702	.655	.832
Saya menyukai iklan secara keseluruhan	31.13	18.464	.462	.847

Reliability and Validity of the cognitive sampling

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Tampilan visualisasi iklan dapat menyampaikan pesan iklan dengan jelas	29.93	16.876	.467	.829
Ekspresi wajah dan gerakan tubuh model dapat menyampaikan rasa dingin dan segar	29.86	16.830	.458	.830
Dialog percakapan yang ada pada iklan ini dapat didengar dan dipahami dengan jelas	30.19	15.020	.631	.813
Musik dan efek suara yang terdengar mendukung untuk lebih memahami adegan iklan	30.24	16.125	.503	.826
Adegan yang diperankan oleh model iklan dapat meyakinkan saya mengenai manfaat produk	30.20	16.527	.488	.827
Iklan dapat menyampaikan keunggulan produk dengan jelas	29.82	16.762	.519	.825
Pemilihan tempat iklan memudahkan saya untuk memahami model iklan	29.96	15.886	.578	.819
Pencahayaan pada iklan jelas sehingga membuat saya memahami pesan iklan dengan jelas	30.39	15.016	.660	.810
Tampilan kata-kata/ tulisan seperti slogan dan gambar produk dapat terlihat dengan jelas	29.92	16.902	.493	.827
Kecepatan tayang setiap adegan tepat sehingga memudahkan saya untuk memahami pesan iklan dengan jelas	30.09	15.470	.523	.826

Reliability and Validity of the affective sampling

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.816	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya menyukai tampilan visualisasi	31.31	13.442	.570	.793
Saya menyukai dialog percakapan pada iklan ini	31.38	14.052	.373	.812
Saya menyukai musik dan efek suara pada iklan ini	31.48	12.980	.495	.801
Saya menyukai adegan yang diperankan oleh model iklan	31.31	13.872	.424	.807
Saya menyukai produk ini karena produk ini dapat menjaga kepala tetap terasa dingin dan segar	31.33	13.658	.428	.807
Saya menyukai pemilihan tempat iklan	31.42	13.811	.393	.811
Saya menyukai pencahayaan pada iklan ini	31.51	12.666	.547	.794
Saya menyukai tampilan kata-kata/ tulisan termasuk slogan dan gambar produk	31.32	12.965	.646	.785
Saya menyukai kecepatan tayang setiap adegan	31.36	12.979	.599	.789
Saya menyukai iklan secara keseluruhan	31.26	13.112	.521	.797

Frequency Table

Tabel 5.2.1 Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 15 tahun - 19 tahun	28	8.3	8.3	8.3
20 tahun - 29 tahun	54	16.0	16.0	24.3
30 tahun - 39 tahun	115	34.0	34.0	58.3
40 tahun keatas	141	41.7	41.7	100.0
Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.2 Pendidikan terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	14	4.1	4.1	4.1
SLTP	30	8.9	8.9	13.0
SMU	195	57.7	57.7	70.7
Perguruan tinggi	97	28.7	28.7	99.4
Lain-lain	2	.6	.6	100.0
Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.3 Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Wiraswasta	83	24.6	24.6	24.6
Pegawai swasta	55	16.3	16.3	40.8
Pegawai negeri	9	2.7	2.7	43.5
Ibu rumah tangga	178	52.7	52.7	96.2
Lain-lain	13	3.8	3.8	100.0
Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.4 Pengeluaran rata-rata setiap bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp.500.000	47	13.9	13.9	13.9
Rp.500.001 - Rp.1.000.000	73	21.6	21.6	35.5
Rp.1.000.001- Rp.2.000.000	119	35.2	35.2	70.7
Rp.2.000.001- Rp.3.000.000	34	10.1	10.1	80.8
> Rp.3000.000	65	19.2	19.2	100.0
Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.5 Suka mencoba produk baru

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	192	56.8	56.8	56.8
	Tidak	146	43.2	43.2	100.0
	Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.6 Biasa memperoleh informasi produk baru melalui

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Koran	54	16.0	16.0	16.0
	Majalah / tabloid	23	6.8	6.8	22.8
	Televisi	235	69.5	69.5	92.3
	Radio	14	4.1	4.1	96.4
	Keluarga / orang lain	6	1.8	1.8	98.2
	Lain-lain	6	1.8	1.8	100.0
	Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.7 Waktu menonton televisi dalam sehari

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 jam	38	11.2	11.2	11.2
	1 jam - 2 jam	121	35.8	35.8	47.0
	2 jam - 3 jam	115	34.0	34.0	81.1
	3 jam - 4 jam	24	7.1	7.1	88.2
	> 4 jam	40	11.8	11.8	100.0
	Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.8 Yang dilakukan apabila ada iklan di televisi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tetap menontonnya	166	49.1	49.1	49.1
	Mengganti saluran televisi lainnya	172	50.9	50.9	100.0
	Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.9 Tahu tentang produk Sunsilk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	338	100.0	100.0	100.0

Tabel 5.2.10 Tahu informasi tentang produk Sunsilk melalui

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Koran	22	6.5	6.5	6.5
Majalah/ Tabloid	13	3.8	3.8	10.4
Televisi	295	87.3	87.3	97.6
Keluarga / Orang lain	3	.9	.9	98.5
Lain-lain	5	1.5	1.5	100.0
Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.11 Pernah mencoba menggunakan Sunsilk Clean & Fresh

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	230	68.0	68.0	68.0
Tidak	108	32.0	32.0	100.0
Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.12 Produk shampo yang sedang digunakan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sunsilk Clean & Fresh	154	45.6	45.6	45.6
Lainnya	184	54.4	54.4	100.0
Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.13 Tampilan visualisasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak setuju	20	5.9	5.9	5.9
Setuju	138	40.8	40.8	46.7
Sangat setuju	180	53.3	53.3	100.0
Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.14 Ekspresi wajah dan gerakan tubuh model

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak setuju	24	7.1	7.1	7.1
Setuju	109	32.2	32.2	39.3
Sangat setuju	205	60.7	60.7	100.0
Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.15 Dialog percakapan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak setuju	4	1.2	1.2	1.2
	Tidak setuju	68	20.1	20.1	21.3
	Setuju	119	35.2	35.2	56.5
	Sangat setuju	147	43.5	43.5	100.0
	Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.16 Musik dan efek suara

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	66	19.5	19.5	19.5
	Setuju	153	45.3	45.3	64.8
	Sangat setuju	119	35.2	35.2	100.0
	Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.17 Adegan yang diperankan oleh model iklan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	46	13.6	13.6	13.6
	Setuju	178	52.7	52.7	66.3
	Sangat setuju	114	33.7	33.7	100.0
	Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.18 Penyampaian keunggulan produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	16	4.7	4.7	4.7
	Setuju	109	32.2	32.2	37.0
	Sangat setuju	213	63.0	63.0	100.0
	Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.19 Pemilihan tempat iklan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	40	11.8	11.8	11.8
	Setuju	109	32.2	32.2	44.1
	Sangat setuju	189	55.9	55.9	100.0
	Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.20 Pencahayaan pada iklan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak setuju	4	1.2	1.2	1.2
	Tidak setuju	87	25.7	25.7	26.9
	Setuju	148	43.8	43.8	70.7
	Sangat setuju	99	29.3	29.3	100.0
	Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.21 Tampilan kata-kata/ tulisan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	14	4.1	4.1	4.1
	Setuju	149	44.1	44.1	48.2
	Sangat setuju	175	51.8	51.8	100.0
	Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.22 Kecepatan tayang setiap adegan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak setuju	1	.3	.3	.3
	Tidak setuju	77	22.8	22.8	23.1
	Setuju	76	22.5	22.5	45.6
	Sangat setuju	184	54.4	54.4	100.0
	Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.23 Tampilan visualisasi iklan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	13	3.8	3.8	3.8
	Setuju	128	37.9	37.9	41.7
	Sangat setuju	197	58.3	58.3	100.0
	Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.24 Dialog percakapan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	22	6.5	6.5	6.5
	Setuju	134	39.6	39.6	46.2
	Sangat setuju	182	53.8	53.8	100.0
	Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.25 Musik dan efek suara

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	52	15.4	15.4	15.4
	Setuju	107	31.7	31.7	47.0
	Sangat setuju	179	53.0	53.0	100.0
	Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.26 Adegan yang diperankan oleh model

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	20	5.9	5.9	5.9
	Setuju	116	34.3	34.3	40.2
	Sangat setuju	202	59.8	59.8	100.0
	Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.27 Keunggulan produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	30	8.9	8.9	8.9
	Setuju	102	30.2	30.2	39.1
	Sangat setuju	206	60.9	60.9	100.0
	Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.28 Pemilihan tempat iklan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	31	9.2	9.2	9.2
	Setuju	129	38.2	38.2	47.3
	Sangat setuju	178	52.7	52.7	100.0
	Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.29 Pencahayaan pada iklan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak setuju	4	1.2	1.2	1.2
	Tidak setuju	45	13.3	13.3	14.5
	Setuju	120	35.5	35.5	50.0
	Sangat setuju	169	50.0	50.0	100.0
	Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.30 Tampilan kata-kata/ tulisan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak setuju	4	1.2	1.2	1.2
	Tidak setuju	8	2.4	2.4	3.6
	Setuju	129	38.2	38.2	41.7
	Sangat setuju	197	58.3	58.3	100.0
	Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.31 Kecepatan tayang setiap adegan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak setuju	1	.3	.3	.3
	Tidak setuju	24	7.1	7.1	7.4
	Setuju	121	35.8	35.8	43.2
	Sangat setuju	192	56.8	56.8	100.0
	Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.32 Iklan secara keseluruhan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak setuju	2	.6	.6	.6
	Tidak setuju	32	9.5	9.5	10.1
	Setuju	67	19.8	19.8	29.9
	Sangat setuju	237	70.1	70.1	100.0
	Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.33 Setelah menonton berminat membeli dan mencoba menggunakan Sunsilk Clean & Fresh

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	189	55.9	55.9	55.9
	Tidak	149	44.1	44.1	100.0
	Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.34 Merekomendasikan kepada orang lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	156	46.2	46.2	46.2
	Tidak	182	53.8	53.8	100.0
	Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.35 Bagian yang membuat mengerti keunggulan produk

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tampilan visualisasi (gambar) iklan	132	39.1	39.1	39.1
Model iklan	102	30.2	30.2	69.2
Setting (pemilihan tempat) iklan	62	18.3	18.3	87.6
Slogan iklan	42	12.4	12.4	100.0
Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.36 Bagian yang membuat ingin membeli dan mencoba menggunakan produk

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tampilan visualisasi (gambar) iklan	103	30.5	30.5	30.5
Model iklan	114	33.7	33.7	64.2
Setting (pemilihan tempat) iklan	20	5.9	5.9	70.1
Slogan iklan	101	29.9	29.9	100.0
Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.37 Kategori Kognitif

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Negatif / Tidak Baik	29	8.6	8.6	8.6
Positif / Baik	309	91.4	91.4	100.0
Total	338	100.0	100.0	

Tabel 5.2.38 Kategori Afektif

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Negatif / Tidak Baik	18	5.3	5.3	5.3
Positif / Baik	320	94.7	94.7	100.0
Total	338	100.0	100.0	

