

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

EFEKTIVITAS IKLAN TELEVISI SMARTFREN VERSI “SUPER 4G KUOTA” DI KALANGAN MAHASISWA DI KOTA SEMARANG DENGAN PENDEKATAN EMPATHY, PERSUASION, IMPACT DAN COMMUNICATION (EPIC MODEL)

Saya Indra Bayu Adji, merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Sultan Agung yang sedang menyelesaikan penelitian untuk memenuhi mata kuliah Skripsi. Pertanyaan dan jawaban pada kuesioner dalam penelitian ini, termasuk pengumpulan data dan hasil kesimpulan yang didapatkan hanya saya gunakan untuk kepentingan pendidikan. Identitas responden dalam kuesioner ini dirahasiakan.

I. Petunjuk Pengisian

Terima kasih sudah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini, bersama ini saya memohon kesediaan anda untuk mengisi kuesioner ini dengan :

- a. Mengisi pernyataan dengan sungguh – sungguh dan sejujur – jujurnya. Perlu diketahui bahwa jawaban anda tidak berhubungan dengan benar atau salah
- b. Memilih jawaban dengan memberi tanda checklist (✓) pada salah satu jawaban yang dianggap sesuai

II. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Universitas :

Keterangan Jawaban

SS : Sangat Setuju (Skor 5)

S : Setuju (Skor 4)

N : Netral (Skor 3)

TS : Tidak Setuju (Skor 2)

STS : Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

EMPHATY (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Mudah Dimengerti						
1	Saya memahami bahasa yang dipakai di dalam iklan					
2	Saya memahami interaksi yang terjadi di dalam iklan					
Berkesan/disukai						
3	Saya dapat menceritakan kembali iklan kepada orang lain					
4	Saya dapat memberikan penilaian terhadap iklan					
Mudah Diingat						
5	Saya dapat menyebutkan tagline iklan Smartfren					
6	Saya dapat menyebutkan hastag iklan Smartfren					

PERSUASION (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Iklan Menarik						
1	Saya dapat menilai aktor yang digunakan dalam iklan					
2	Saya dapat menilai gerak tubuh yang digunakan dalam iklan					
Meyakinkan Untuk Membeli						
3	Saya dapat mengambil keputusan untuk membeli produk yang diiklankan					
4	Saya dapat mengambil keputusan untuk pembelian ulang produk yang diiklankan					
Dapat Dipercaya						
5	Saya dapat menilai kesesuaian produk antara iklan dengan realita					
6	Saya dapat menilai Smartfren memiliki tanggung jawab					

IMPACT (X3)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Pengetahuan Produk						
1	Saya dapat menjelaskan manfaat produk di dalam iklan kepada orang lain					
2	Saya dapat menjelaskan ciri – ciri produk di dalam iklan kepada orang lain					
Kreatifitas Iklan						
3	Saya dapat menilai Smartfren dapat menyusun gagasan baru					
4	Saya dapat menilai Smartfren menciptakan karya baru					
Tampilan Iklan Yang Berbeda						
5	Saya dapat membandingkan tampilan iklan Smartfren dengan iklan yang sejenis					
6	Saya dapat merekomendasikan iklan untuk dilihat kepada orang lain					

COMMUNICATION (X4)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Informasi Yang Jelas						
1	Saya dapat mengetahui produk apa yang dijual setelah melihat iklan					
2	Saya dapat mengetahui isi produk setelah melihat iklan					
Pemahaman Yang Disampaikan						
3	Saya merasa paham secara langsung pesan yang disampaikan oleh iklan					
4	Saya menilai pesan yang disampaikan oleh iklan seimbang dan selaras					
Kemampuan Komunikasi Pesan						

5	Saya dapat menilai iklan mampu menyampaikan pesan yang ingin disampaikan					
6	Saya dapat menyimpulkan isi pesan iklan					

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Emphaty ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Efektivitas

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.772 ^a	.596	.592	1.272

a. Predictors: (Constant), Emphaty

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	233.782	1	233.782	144.475	.000 ^b
	Residual	158.578	98	1.618		
	Total	392.360	99			

a. Dependent Variable: Efektivitas

b. Predictors: (Constant), Emphaty

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.276	.853		6.182	.000
	Emphaty	.444	.037	.772	12.020	.000

a. Dependent Variable: Efektivitas

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Persuasion ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Efektivitas

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.831 ^a	.691	.688	1.112

a. Predictors: (Constant), Persuasion

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	271.222	1	271.222	219.417	.000 ^b
	Residual	121.138	98	1.236		
	Total	392.360	99			

a. Dependent Variable: Efektivitas

b. Predictors: (Constant), Persuasion

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.230	.697		7.506	.000
	Persuasion	.459	.031	.831	14.813	.000

a. Dependent Variable: Efektivitas

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Impact ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Efektivitas

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.855 ^a	.732	.729	1.037

a. Predictors: (Constant), Impact

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	287.042	1	287.042	267.096	.000 ^b
	Residual	105.318	98	1.075		
	Total	392.360	99			

a. Dependent Variable: Efektivitas

b. Predictors: (Constant), Impact

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.879	.653		7.469	.000
	Impact	.480	.029	.855	16.343	.000

a. Dependent Variable: Efektivitas

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Communication ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Efektivitas

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812 ^a	.659	.655	1.169

a. Predictors: (Constant), Communication

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	258.413	1	258.413	189.063	.000 ^b
	Residual	133.947	98	1.367		
	Total	392.360	99			

a. Dependent Variable: Efektivitas

b. Predictors: (Constant), Communication

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.544	.872		4.066	.000
	Communication	.500	.036	.812	13.750	.000

a. Dependent Variable: Efektivitas

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Communication, Persuasion, Emphaty, Impact ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Efektivitas

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.968 ^a	.938	.935	.507

a. Predictors: (Constant), Communication, Persuasion, Emphaty, Impact

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	367.901	4	91.975	357.236	.000 ^b
	Residual	24.459	95	.257		
	Total	392.360	99			

a. Dependent Variable: Efektivitas

b. Predictors: (Constant), Communication, Persuasion, Emphaty, Impact

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.357	.415		.860	.392
	Emphaty	.149	.020	.259	7.614	.000
	Persuasion	.186	.021	.336	8.696	.000
	Impact	.131	.025	.233	5.270	.000
	Communication	.196	.023	.318	8.629	.000

a. Dependent Variable: Efektivitas