

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini akan membahas kesimpulan dari penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh kemenarikan iklan humor terhadap niat beli, *word of mouth*, dan *recall*. Selain itu akan diberikan saran dan masukan yang sekiranya dapat bermanfaat bagi perusahaan Bukalapak dan perusahaan yang melakukan kegiatan periklanan lainnya, serta bagi penelitian selanjutnya.

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada bab IV, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemenarikan iklan humor memiliki pengaruh yang signifikan dan positif pada sikap terhadap iklan. Dengan demikian, hipotesis 1 (H1) yang menyatakan “kemenarikan iklan humor berpengaruh positif pada sikap terhadap iklan” diterima.
2. Sikap terhadap iklan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif pada niat beli. Dengan demikian hipotesis 2 (H2) yang menyatakan “sikap terhadap iklan berpengaruh positif pada niat beli” diterima.
3. Kemenarikan iklan humor memiliki pengaruh yang signifikan dan positif pada *word of mouth*. Dengan demikian hipotesis 3 (H3) yang menyatakan “kemenarikan iklan humor berpengaruh positif pada *word of mouth*” diterima.

4. Kemenarikan iklan humor memiliki pengaruh yang signifikan dan positif pada *recall*. Dengan demikian hipotesis 4 (H4) yang menyatakan “kemenarikan iklan humor berpengaruh positif pada *recall*” diterima.
5. Tidak ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan untuk variabel sikap terhadap iklan, niat beli, *word of mouth*, dan *recall*.
6. Ada perbedaan pengalaman berkunjung antara responden yang pernah dan belum melakukan pembelian untuk variabel sikap terhadap iklan niat beli, *word of mouth*, dan *recall*.

5.2. Implikasi Manajerial

Iklan humor merupakan salah satu tipe iklan yang dapat menarik perhatian konsumen. Iklan dengan unsur humor dipercaya dapat lebih efektif daripada iklan non humor. Dalam penelitian ini, kemenarikan iklan humor diuji pengaruhnya dengan, niat beli, *word of mouth*, dan *recall*. Kemenarikan iklan humor terbukti memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap niat beli, *word of mouth*, dan *recall*. Oleh karena hasil penelitian yang diperoleh, maka perusahaan Bukalapak harus mendorong peningkatan aktivitas periklanan untuk menyuguhkan iklan yang memiliki unsur humor dengan kualitas tinggi kepada para *audience*. Selain itu, Bukalapak harus meningkatkan penjualan untuk dapat mendukung keefektifan iklan humor, seperti dengan membagikan diskon atau *voucher* belanja Bukalapak, mengadakan *flash sale*. Individu cenderung tidak

memperhatikan iklan ketika mereka belum pernah melakukan pembelian, sehingga Bukalapak harus meningkatkan penjualan.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Walaupun penelitian ini memiliki pengaruh yang positif terhadap implikasi manajerial, namun masih terdapat keterbatasan penelitian yang dapat menjadi perhatian bagi penelitian selanjutnya. Keterbatasan pada penelitian ini antara lain penelitian ini hanya menganalisis pengaruh dari iklan humor, tanpa melakukan perbandingan dengan pengaruh dari iklan non humor, sehingga tidak diketahui iklan mana yang menjadi efektif dalam penyampaian pesan. Kemudian keterbatasan lain terletak pada sampel perempuan yang memiliki jumlah lebih banyak daripada laki-laki, sedangkan Bukalapak memiliki target pasar lebih banyak laki-laki.

5.4. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan agar dapat menggunakan perbandingan pengaruh kemenarikan iklan humor dengan iklan non humor agar lebih mengetahui keefektifan tipe iklan yang disukai oleh sebagian besar *audience*. Selain itu, masih sangat banyak iklan humor yang ada di Indonesia dengan berbagai keunikan dan kreatifnya masing-masing. Alangkah lebih baik, penelitian selanjutnya agar melakukan penelitian pada objek tipe iklan humor lainnya, seperti pada iklan humor yang dilakukan oleh perusahaan *e-commerce* JD ID, Tokopedia, dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alden, D.L., Mukherjee, A. and Hoyer, W.D. (2000), "The effects of incongruity, surprise and positive moderators on perceived humor in television advertising", *Journal of Advertising*, Vol. 29 No. 2, pp. 1-15.
- American Marketing Association, (2017), <https://www.ama.org>, diakses pada 8 Juli 2018.
- Bae, S., & Lee, T. (2011). Gender differences in consumers' perception of online consumer reviews. *Electronic Commerce Research*, 11(2), 201-214.
- Basu Swasta Dan T. Hani Handoko, 2008, Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen, Edisi Pertama, Cetakan Keempat, Penerbit : Bpfe, Yogyakarta.
- Beard, Fred K. (2008), *Humor in the Advertising Business: Theory, Practice, and Wit*, Lanham, MD: Rowman and Littlefield.
- Belch George E, Belch Michael A., (2012), "Advertising And Promotion: An Interagted Marketing Communications Perspective", 9e Global Edition, Mc Graw-Hill Irwin, Singapore.
- Bergeron, J. And Vachon, M., (2008), "The Effects Of Humour Usage By Financial Advisors In Sales Encounters", *International Journal Of Bank Marketing*, Vol. 26 Iss 6, Pp. 376-398.
- Birknerová, Z., Frankovský, M., Zbihlejšová, L., & Parová, V. (2018). Perception of advertising and expectations of advertising in terms of gender differences. *Marketing and Branding Research*, 5(2), Pp. 92-99.
- Budiawan, R., Satria, A., & Simanjuntak, M. (2017). The Quasi Experimental Study Of The Influence Of Advertising Creativity And Exposure Intensity Toward Purchasing Action With Aida Approach. *Independent Journal Of Management & Production*, 8(2), Pp. 378-394.
- Cheema, A. And Kaikati, A., (2010), "The Effect Of Need For Uniqueness On Word Of Mouth", *Journal Of Marketing Research*, Vol. 47 No. 3, Pp. 553-563.
- Cindy M.Y. Chung, & Tsai, Q. (2009). The effects of regulatory focus and tie strength on word-of-mouth behaviour. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 21(3), 329-341.
- Databoks, (2017), <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2017/07/27/PenetrastelevisiMasih-Yang-Tertinggi>, Diakses 7 Maret 2018
- Dinh, T. D., & Mai, K. N., (2016), "Guerrilla Marketing's Effects On Gen Y's Word-Of-Mouth Intention": A Mediation Of Credibility, *Asia Pacific Journal Of Marketing And Logistics*, 28(1), Pp. 4-22.

- Dunlop, S., Perez, D., and Cotter, T. (2014). The natural history of antismoking advertising recall: the influence of broadcasting parameters, emotional intensity and executional features. *Top Control* 2014, 23, pp. 215– 222.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan Budiman, Lie Joko. 2004. *Brand Equity Ten, Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Geuens, M. And De Pelsmacker, P. (2002), “The Role Of Humor In The Persuasion Of Individuals Varying In Need For Cognition”, *Advances In Consumer Research*, Vol. 29, Pp. 50-60.
- Ghada W El-Tazy, H., O. Dinana., (2018), “The Impact Of Humorous Advertising On Consumers’ Buying, Word Of Mouth And Recall”, *Journal Of Business And Retail Management Research*, 12(2).
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F., (2010), “E-Wom Scale: Word-Of-Mouth Measurement Scale For E-Services Context”, *Canadian Journal Of Administrative Sciences/Revue Canadienne Des Sciences De L'administration*, 27(1), Pp. 5-2.
- Hameed, A., Saleem, M.S, Rashid, M., & Aslam, R. (2014). The Impact of Brand Extension on Parent Brand Image. *International Journal of Humanities and Social Science*.
- Haque, A., & Rahman, S. (2009). Exploring customers' shopping experience through shopping center branding in malaysia. *Journal of Management Research*, 9(3), Pp. 167-181.
- Hartanti. (2008). “Apakah Selera Humor Menurunkan Stres? Sebuah Meta-Analisis”, *Anima, Indonesian Psychological Journal*, 24 (1), Pp. 38-55.
- Hatzithomas, L., Zotos, Y., & Boutsouki, C., (2011), “Humor And Cultural Values In Print Advertising”: A Cross-Cultural Study, *International Marketing Review*, 28(1), Pp. 57-80.
- Health, R. G., & Stipp, H. (2011). The secret of television’s success: Emotional content or rational information? – After fifty years the debate continues. *Journal of Advertising Research*, 51(1), 112-23.
- Heyes, A.G., Kapur, S. (2012). Angry customers, e-word-of-mouth and incentives for quality provision. *Journal of Economic behavior and Organization*, 84, 813-828
- Hoang, A.T., (2013), “Impact Of Humor In Advertising On Consumer Purchase Decision”, Thesis, Faculty Of Business Administration Saimaa University Of Applied Sciences.
- Hsieh, C., Hsu, Y., & Fang, W., (2010), “The Relationship Between Deceptive Claims And Ad Effect”: The Moderating Role Of Humorous Ads, *International Journal Of Business And Information*, 5(1), Pp. 1-25.

- Jin, H. S., & Lutz, R. J., (2013), "The Typicality And Accessibility Of Consumer Attitudes Toward Television Advertising": Implications For The Measurement Of Attitudes Toward Advertising In General, *Journal Of Advertising*, 42(4), Pp. 343-357.
- Johnson, M.D., Herrmann, A. And Huber, F. (2006), "The Evolution Of Loyalty Intention", *Journal Of Marketing*, Vol. 70 No. 2, Pp. 122-32.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), 2018, <https://www.kbbi.web.id/humor>, diakses 1 Mei 2018.
- Kellaris, J.J. and Cline, T.W. (2007), "Humor and ad memorability: on the contributions of humor expectancy, relevancy, and need for humor", *Psychology and Marketing*, Vol. 24 No. 6, pp. 497-509.
- Kempf, D. S., Lacznia, R. N., & Smith, R. E. (2006). The effects of gender on processing advertising and product trial information. *Marketing Letters*, 17(1), 5-16.
- Kotler Dan Keller., (2009), "Manajemen Pemasaran", Edisi Ke 13, Jilid 1, Jakarta, Erlangga.
- Kotler Dan Keller., (2012), "Manajemen Pemasaran", Edisi Ke 14, Jilid 1, Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Philip And Gary Armstrong., (2012), "Prinsip-Prinsip Pemasaran", Edisi 13, Jilid 1, Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Philip And Gary Armstrong., (2016), "Principles Of Marketing", Edisi 16, Inggris, Pearson Education.
- Li, L., & Scaringella, L., (2014), "Perception Of Television Advertising From China's Young Generation", *Journal Of Applied Business Research*, 30(4), 1031.
- Lowrey, Tina M, Shrum, L. J, McCarty, John A. (2010). The Future of Television Advertising. *Journal of Consumer Affair*.
- Maceli, K. M., Baack, D. W., & Wachter, M. K. (2015). The Impact Of Gender On Electronic Word-Of-Mouth Communication. *Academy of Marketing Studies Journal*, 19(3), 2, Pp. 81-295.
- Mehmood & Masood, (2016), "Impact of Humor in Advertising on Consumer Purchase Intention: A Study on Ufone Network from Telecommunication Sector in Pakistan", *International Review of Management and Business Research*, Vol 5 (3), Pp. 1232-1240.
- Michael Trusov, Randolph E. Bucklin, Koen Pauwels., (2009), "Effects Of Word-Of-Mouth Versus Traditional Marketing: Findings From An Internet Social Networking Site", *Journal Of Marketing*, Vol. 73, No. 5, Pp. 90-102.
- Mir, I. A., & Khan, M. B. (2012). Новини Зарубіжної Науки.

- Newberry, C. Robert, Bruce R. Klemz and Christo Boshoff, 2009. Managerial Implications of Predicting Purchase Behavior from Purchase Intentions: A Retail Patronage Case Study, *Journal of Services Marketing*, 17(6), pp.609-620.
- Nielsen, (2014), Diakses Dari [Http://Www.Nielsen.Com/Id/En/Press-Room/2014/Nielsen-Konsumsi-Media-Lebih-Tinggi-Di-Luar-Jawa.Html](http://Www.Nielsen.Com/Id/En/Press-Room/2014/Nielsen-Konsumsi-Media-Lebih-Tinggi-Di-Luar-Jawa.Html), Pada 27 Februari 2018.
- Ofir, C., Raghubir, P., Brosh, G., Monroe, K. B., & Heiman, A. (2008). Memory-based store price judgments: The role of knowledge and shopping experience. *Journal of Retailing*, 84(4), Pp. 414-423.
- Okazaki, S. (2007). Exploring gender effects in a mobile advertising context: On the evaluation of trust, attitudes, and recall. *Sex Roles*, 57(11-12), 897-908.
- Paridon, T. J., & Carraher, S. M. (2009). Entrepreneurial marketing: Customer shopping value and patronage behavior. *Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 14(2), 3-28.
- Peter J. Paul dan Olso Jerry C. (2010). *Consumer Behavior and Marketing Strategy* 9 th ed. New York, USA: MMc Graw Hill.
- Ramalingam, V., Palaniappan, B., Panchanatham, N and Palanivel, S. (2006). Measuring advertisement effectiveness a neural network approach. *Expert Systems with Applications*, 31, 159–163.
- Ranjbarian, Bahram; Shaemi, Ali; and Jolodar, Seyyed Yaser Ebrahimian (2011), "Assessing the Effectiveness of Electric Conservation Advertisements in Isfahan Channel Television," *International Business Research*, Vol. 4, No. 3, 194-200.
- Schiffman, Leon G., & Wisenblit J., (2017), "Consumer Behavior", 11th Edition, Pearson Education, England.
- Seer, L., & Avornicului, M. (2015). The effect of product perception, shopping experience, and information access on the buying intention of online customers. *Forum on Economics and Business*, 18(125), Pp. 98-123.
- Shao, Chris Y., Julie Baker And Judy A. Wagner, 2011, The Effects Of Appropriateness Of Services Contact Personnel Dress On Customer Expectations Of Involvement And Gender, *Journal Of Business Research*, 57, Pp.1164-117.
- Shimp, A. Terence., (2014), "Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi", Penerbit Salemba Empat, Jakarta Selatan.
- Shimp, T.A., (2010), "Integrated Marketing Communications In Advertising And Promotion", 8th Edition, Cengage Learning, South-Western.
- Strick, P.L., Dum, R.P., Fiez, J.A., 2009. Cerebellum and nonmotor function. *Annu. Rev. Neurosci.* 32, 413-434.

- Simamora, B., 2008, "Panduan Riset Perilaku Konsumen", Pt Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Singh, T., Hangloo, M., & Kaur, H. (2012). Impact of persuasive communication on product awareness and purchase intention: A quasi-experimental study of probiotic products. *Prima*, 3(1), Pp. 28-42.
- Slameto. (2010). Belajar dan Faktor- Faktor yang Mempengaruhinya. Jakarta: Rineka Cipta.
- Spielmann, N. (2014). "How Funny Was That? Uncovering Humor Mechanisms", *European Journal Of Marketing*, 48(9), Pp. 1892-1910.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Swani, K., Weinberger, M. G., & Gulas, C. S., (2013), "The Impact Of Violent Humor On Advertising Success": A Gender Perspective, *Journal Of Advertising*, 42(4), Pp. 308-319.
- Trusov, M., Bucklin, R. and Pauwels, K. (2008). Effects of Word-of-Mouth Versus Traditional Marketing: Finding from an Internet Social Networking Site. Pp. 3- 48.
- Tseng, J., Lin, H., & Lin, C. (2012). A Study On The Effect Of Enterprise Brand Strategy On Purchase Intention. *International Journal Of Organizational Innovation (Online)*, 4(3), Pp. 24-42.
- Upadhyaya, M., (2015)., "The Impact Of Humorous Television Advertisement In Customer Opinion In Bahrain", *Indian Journal Of Commerce And Management Studies*, 6(3), Pp. 20-25.
- Venkatesh, S. M., & Senthilkumar, N. D. (2015). Effectiveness of Humor Advertising on Advertising Success. Impact Factor 0.348.
- Wang, Ya-Hui And Tsai, Cing-Fen, "The Relationship Between Brand Image And Purchase Intention: Evidence From Award Winning Mutual Funds "(2014), *The International Journal Of Business And Finance Research*, Vol. 8 (2) Pp. 27-40, 2014.
- Weinberger, Marc G., and Charles S. Gulas (1992), "The Impact of Humor in Advertising: A Review," *Journal of Advertising*, 21 (4), 35-59.
- West, D., Kover, A. and Caruana, A. (2008), "Practitioner and customer views of advertising creativity: same concept, different meaning?", *Journal of Advertising*, Vol. 37 No.4, pp.35-45.
- Yoon, H. J., & Tinkham, S. F., (2013), "Humorous Threat Persuasion In Advertising: The Effects Of Humor, Threat Intensity, And Issue Involvement", *Journal Of Advertising*, 42(1), Pp. 30-41.
- Yung-Shen, Y. (2014). The Interaction Effect On Customer Purchase Intention In E-Commerce. *Asia Pacific Journal Of Marketing And Logistics*, 26(3).



KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KEMENARIKAN IKLAN HUMOR PADA NIAT BELI, *WORD OF MOUTH*, dan *RECALL*

(Studi pada Iklan Televisi Bukalapak Versi Emang Cincai)

Salam Sejahtera

Responden yang terhormat, saya Alfreninda Sudrajat, mahasiswa Fakultas Ekonomi UAJY sedang melakukan penelitian mengenai Pengaruh Kemenarikan Iklan Humor pada Niat Beli, *Word Of Mouth*, dan *Recall*.

Saya memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan sejujurnya, untuk membantu saya dalam menyelesaikan studi S1.

Atas partisipasi Saudara/i, saya ucapkan banyak terima kasih.

BAGIAN I. PROFIL RESPONDEN

1. Jenis kelamin*
 - ☐ Laki-Laki
 - ☐ Perempuan
2. Usia*:
3. Pekerjaan*
 - ☐ Pelajar/Mahasiswa
 - ☐ Pegawai Swasta
 - ☐ PNS
 - ☐ Lainnya:
4. Pendidikan terakhir*
 - ☐ SMA
 - ☐ Diploma
 - ☐ Sarjana (S1/S2/S3)
 - ☐ Lainnya:
5. Rata-rata pendapatan / uang saku dalam 1 bulan*
 - ☐ < Rp 1.000.000
 - ☐ Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
 - ☐ Rp 2.000.001 - Rp 3000.000

- > Rp 3.000.001
- 6. Apakah Anda pernah menyaksikan Iklan Bukalapak versi Emang Cincai?*
- Ya
- Tidak
- 7. Melalui media apa Anda menyaksikan Iklan Bukalapak versi Emang Cincai? (Jawaban boleh lebih dari 1)*
- Televisi
- Youtube
- Instagram
- Twitter
- Facebook
- Lainnya:
- 8. Apakah Anda pernah membeli di situs Bukalapak?*
- Ya
- Tidak

BAGIAN. II KUESIONER PENELITIAN

Petunjuk Pengisian.

Berikan tanda centang (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pendapat Anda.

Keterangan:

STS	: Sangat Tidak Setuju	S	: Setuju
TS	: Tidak Setuju	SS	: Sangat Setuju
N	: Netral		



KEMENARIKAN HUMOR						
No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Iklan Bukalapak ini lucu.					
2	Iklan Bukalapak ini memiliki unsur humor yang bagus.					
3	Iklan Bukalapak ini menyenangkan.					
4	Iklan Bukalapak ini tidak menjengkelkan.					
5	Iklan Bukalapak ini menarik.					
6	Iklan Bukalapak ini original dari perusahaan Bukalapak (tidak ikut-ikutan).					
7	Iklan Bukalapak ini mudah dimengerti.					
8	Iklan Bukalapak ini mengejutkan.					

SIKAP TERHADAP IKLAN						
No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya menyukai iklan humor Bukalapak.					
2.	Saya terhibur dengan iklan humor Bukalapak.					
3.	Saya senang melihat Iklan humor Bukalapak.					
4.	Saya dapat dengan mudah menghubungkan kenangan indah dengan iklan humor.					

NIAT BELI						
No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Jika saya mampu, saya akan membeli produk dari Bukalapak.					
2	Saya akan membeli produk yang dibutuhkan dari Bukalapak di masa mendatang.					
3	Saya berniat membeli produk dari Bukalapak di masa mendatang.					

WORD OF MOUTH						
No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Saya membicarakan iklan Bukalapak dengan frekuensi lebih banyak daripada iklan humor lain.					
2	Saya membicarakan banyak tentang iklan humor Bukalapak kepada orang lain.					
3	Saya membicarakan hal positif kepada orang lain tentang iklan humor Bukalapak					
4	Saya membicarakan lebih sering mengenai iklan humor Bukalapak daripada iklan pesaing.					
5	Saya membicarakan tentang kelebihan iklan humor Bukalapak.					
6	Saya merekomendasikan orang lain untuk berbelanja pada Bukalapak.					
7	Saya membicarakan hal buruk mengenai iklan humor Bukalapak.					
8	Saya berdiskusi tentang varian produk yang ditawarkan pada iklan humor Bukalapak .					

RECALL / PENGINGATAN KEMBALI						
No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Iklan humor Bukalapak membuat saya dapat mengenali Bukalapak diantara <i>e-commerce</i> lainnya.					
2	Iklan humor Bukalapak membantu saya mengingat Bukalapak sebelum berbelanja.					
3	Setelah melihat iklan humor Bukalapak, Bukalapak muncul di benak saya ketika sedang melakukan keputusan pembelian.					



No	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Rata-rata pendapatan / uang saku dalam 1 bulan
1	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
2	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.0001
3	Laki-Laki	21	Pelajar / Mahasiswa	Sarjana (S1/S2/S3)	Rp 2.000.001 - Rp 3000.000
4	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.0001
5	Laki-Laki	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
6	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
7	Laki-Laki	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.0001
8	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
9	Laki-Laki	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
10	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3000.000
11	Laki-Laki	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
12	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
13	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
14	Laki-Laki	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3000.000
15	Perempuan	23	Pelajar / Mahasiswa	Sarjana (S1/S2/S3)	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
16	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3000.000
17	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
18	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
19	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.0001
20	Laki-Laki	23	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.0001
21	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
22	Laki-Laki	23	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3000.000

No	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Jenis Kelamin	Rata-rata pendapatan / uang saku dalam 1 bulan
23	Laki-Laki	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.0001
24	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.0001
25	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
26	Laki-Laki	24	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.0001
27	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
28	Laki-Laki	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
29	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
30	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
31	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
32	Laki-Laki	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.0001
33	Laki-Laki	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
34	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
35	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	Sarjana (S1/S2/S3)	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
36	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	Sarjana (S1/S2/S3)	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
37	Laki-Laki	22	Pelajar / Mahasiswa	Sarjana (S1/S2/S3)	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
38	Perempuan	20	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
39	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
40	Laki-Laki	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
41	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3000.000
42	Perempuan	20	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
43	Laki-Laki	23	Pegawai Swasta	Sarjana (S1/S2/S3)	Rp 2.000.001 - Rp 3000.000
44	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000

No	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Jenis Kelamin	Rata-rata pendapatan / uang saku dalam 1 bulan
45	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3000.000
46	Laki-Laki	23	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3000.000
47	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
48	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.0001
49	Laki-Laki	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
50	Laki-Laki	23	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
51	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
52	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
53	Laki-Laki	22	Pegawai Swasta	Sarjana (S1/S2/S3)	> Rp 3.000.001
54	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
55	Laki-Laki	21	Pelajar / Mahasiswa	Sarjana (S1/S2/S3)	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
56	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
57	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
58	Perempuan	22	Pegawai Swasta	Sarjana (S1/S2/S3)	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
59	Laki-Laki	23	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.0001
60	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
61	Laki-Laki	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.0001
62	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
63	Perempuan	19	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
64	Laki-Laki	23	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
65	Laki-Laki	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
66	Laki-Laki	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000

No	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Jenis Kelamin	Rata-rata pendapatan / uang saku dalam 1 bulan
67	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
68	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
69	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	Sarjana (S1/S2/S3)	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
70	Laki-Laki	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
71	Perempuan	20	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
72	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
73	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	Sarjana (S1/S2/S3)	< Rp 1.000.0001
74	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
75	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
76	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
77	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
78	Perempuan	23	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
79	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
80	Perempuan	22	Pegawai Swasta	Sarjana (S1/S2/S3)	> Rp 3.000.001
81	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
82	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.0001
83	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.0001
84	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.0001
85	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	Sarjana (S1/S2/S3)	Rp 2.000.001 - Rp 3000.000
86	Laki-Laki	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.0001
87	Perempuan	24	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
88	Perempuan	24	Guru	Sarjana (S1/S2/S3)	> Rp 3.000.001

No	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Jenis Kelamin	Rata-rata pendapatan / uang saku dalam 1 bulan
89	Perempuan	20	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
90	Laki-Laki	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
91	Perempuan	23	Pegawai Swasta	Sarjana (S1/S2/S3)	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
92	Laki-Laki	28	Pelajar / Mahasiswa	Sarjana (S1/S2/S3)	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
93	Perempuan	30	Pegawai Swasta	Diploma	> Rp 3.000.001
94	Perempuan	34	Pegawai Swasta	Sarjana (S1/S2/S3)	> Rp 3.000.001
95	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.0001
96	Laki-Laki	29	Pegawai Swasta	Sarjana (S1/S2/S3)	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
97	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
98	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	Sarjana (S1/S2/S3)	< Rp 1.000.0001
99	Laki-Laki	28	Pegawai Swasta	Sarjana (S1/S2/S3)	> Rp 3.000.001
100	Laki-Laki	31	Swasta	Sarjana (S1/S2/S3)	> Rp 3.000.001
101	Laki-Laki	33	Pegawai Swasta	Sarjana (S1/S2/S3)	> Rp 3.000.001
102	Perempuan	31	Pegawai Swasta	Diploma	> Rp 3.000.001
103	Perempuan	20	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
104	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.000
105	Laki-Laki	39	Pegawai Swasta	Sarjana (S1/S2/S3)	> Rp 3.000.001
106	Perempuan	37	Pegawai Swasta	Diploma	> Rp 3.000.001
107	Laki-Laki	31	Pegawai Swasta	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
108	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.000
109	Perempuan	22	Pegawai Swasta	Sarjana (S1/S2/S3)	> Rp 3.000.001
110	Laki-Laki	20	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3000.000

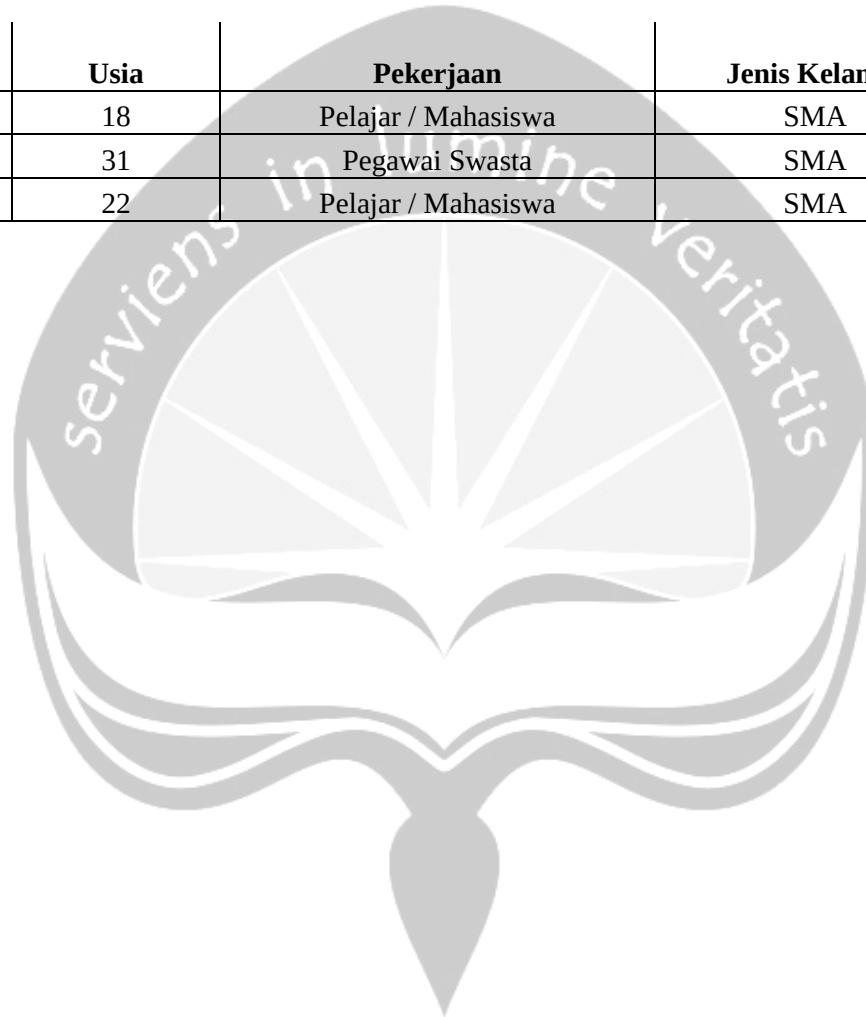
No	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Jenis Kelamin	Rata-rata pendapatan / uang saku dalam 1 bulan
111	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
112	Perempuan	20	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3000.000
113	Perempuan	18	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3000.000
114	Perempuan	19	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.000
115	Laki-Laki	20	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
116	Perempuan	20	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
117	Laki-Laki	20	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.000
118	Laki-Laki	20	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.000
119	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	Sarjana (S1/S2/S3)	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
120	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
121	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
122	Perempuan	28	Pegawai Swasta	Sarjana (S1/S2/S3)	> Rp 3.000.001
123	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
124	Laki-Laki	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.000
125	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
126	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
127	Perempuan	19	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
128	Perempuan	19	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
129	Perempuan	20	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.000
130	Laki-Laki	20	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.000
131	Laki-Laki	22	Pelajar / Mahasiswa	Sarjana (S1/S2/S3)	Rp 2.000.001 - Rp 3000.000
132	Perempuan	24	Pelajar / Mahasiswa	Sarjana (S1/S2/S3)	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000

No	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Jenis Kelamin	Rata-rata pendapatan / uang saku dalam 1 bulan
133	Perempuan	20	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
134	Laki-Laki	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	> Rp 3.000.001
135	Perempuan	29	Ibu Rumah Tangga	Sarjana (S1/S2/S3)	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
136	Perempuan	23	Pegawai Swasta	Sarjana (S1/S2/S3)	> Rp 3.000.001
137	Perempuan	20	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
138	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3000.000
139	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
140	Perempuan	19	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.000
141	Laki-Laki	42	PNS	Sarjana (S1/S2/S3)	> Rp 3.000.001
142	Laki-Laki	20	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.000
143	Perempuan	35	PNS	Sarjana (S1/S2/S3)	> Rp 3.000.001
144	Perempuan	19	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.000
145	Perempuan	20	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.000
146	Laki-Laki	20	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3000.000
147	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.000
148	Laki-Laki	29	Pegawai Swasta	Sarjana (S1/S2/S3)	> Rp 3.000.001
149	Perempuan	29	Ibu rumah tangga	Sarjana (S1/S2/S3)	Rp 2.000.001 - Rp 3000.000
150	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
151	Perempuan	28	kenshuu	Diploma	> Rp 3.000.001
152	Laki-Laki	22	Pegawai Swasta	Sarjana (S1/S2/S3)	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
153	Perempuan	25	Pegawai Swasta	Sarjana (S1/S2/S3)	> Rp 3.000.001
154	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	Sarjana (S1/S2/S3)	< Rp 1.000.000

No	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Jenis Kelamin	Rata-rata pendapatan / uang saku dalam 1 bulan
155	Perempuan	23	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.000
156	Perempuan	29	Pegawai Swasta	Sarjana (S1/S2/S3)	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
157	Laki-Laki	35	PNS	Sarjana (S1/S2/S3)	> Rp 3.000.001
158	Perempuan	22	Pegawai Swasta	Diploma	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
159	Laki-Laki	19	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
160	Perempuan	22	Pegawai Swasta	Sarjana (S1/S2/S3)	> Rp 3.000.001
161	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.000
162	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.000
163	Perempuan	18	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.000
164	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.000
165	Laki-Laki	21	Pelajar / Mahasiswa	Sarjana (S1/S2/S3)	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
166	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	Sarjana (S1/S2/S3)	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
167	Laki-Laki	19	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
168	Perempuan	20	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.000
169	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	Sarjana (S1/S2/S3)	< Rp 1.000.000
170	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3000.000
171	Laki-Laki	21	Pelajar / Mahasiswa	Sarjana (S1/S2/S3)	> Rp 3.000.001
172	Perempuan	22	Pegawai Swasta	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
173	Perempuan	22	Pegawai Swasta	Sarjana (S1/S2/S3)	> Rp 3.000.001
174	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
175	Perempuan	34	Ibu Rumah Tangga	Sarjana (S1/S2/S3)	> Rp 3.000.001
176	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000

No	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Jenis Kelamin	Rata-rata pendapatan / uang saku dalam 1 bulan
177	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
178	Laki-Laki	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
179	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
180	Laki-Laki	40	Pegawai Swasta	Sarjana (S1/S2/S3)	> Rp 3.000.001
181	Perempuan	19	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
182	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	Sarjana (S1/S2/S3)	< Rp 1.000.000
183	Perempuan	48	Pegawai Swasta	Sarjana (S1/S2/S3)	> Rp 3.000.001
184	Perempuan	20	Pelajar / Mahasiswa	SMA	> Rp 3.000.001
185	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
186	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
187	Perempuan	21	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
188	Perempuan	18	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
189	Perempuan	19	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.000
190	Laki-Laki	22	Pelajar / Mahasiswa	Sarjana (S1/S2/S3)	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
191	Laki-Laki	18	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.000
192	Perempuan	20	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3000.000
193	Perempuan	18	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.000
194	Laki-Laki	18	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.000
195	Laki-Laki	18	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.000
196	Perempuan	23	Pegawai Swasta	Sarjana (S1/S2/S3)	> Rp 3.000.001
197	Laki-Laki	27	Pegawai Swasta	Sarjana (S1/S2/S3)	> Rp 3.000.001
198	Perempuan	20	Pelajar / Mahasiswa	Sarjana (S1/S2/S3)	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000

No	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Jenis Kelamin	Rata-rata pendapatan / uang saku dalam 1 bulan
199	Perempuan	18	Pelajar / Mahasiswa	SMA	< Rp 1.000.000
200	Perempuan	31	Pegawai Swasta	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
201	Perempuan	22	Pelajar / Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000



No	Apakah Anda pernah menyaksikan Iklan Bukalapak versi Emang Cincai?	Melalui media apa Anda menyaksikan Iklan Bukalapak versi Emang Cincai? (Jawaban boleh lebih dari 1)	Apakah Anda pernah membeli di situs Bukalapak?
1	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
2	Ya	Televisi, Youtube	Ya
3	Ya	Youtube, Facebook	Ya
4	Ya	Televisi	Tidak
5	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Tidak
6	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Tidak
7	Ya	Televisi	Tidak
8	Ya	Youtube	Ya
9	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Ya
10	Ya	Televisi, Youtube, Instagram, Facebook	Tidak
11	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
12	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
13	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
14	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
15	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
16	Ya	Televisi	Tidak
17	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Tidak
18	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
19	Ya	Youtube	Tidak

No	Apakah Anda pernah menyaksikan Iklan Bukalapak versi Emang Cincai?	Melalui media apa Anda menyaksikan Iklan Bukalapak versi Emang Cincai? (Jawaban boleh lebih dari 1)	Apakah Anda pernah membeli di situs Bukalapak?
20	Ya	Televisi	Tidak
21	Ya	Televisi	Tidak
22	Ya	Youtube	Ya
23	Ya	Youtube	Ya
24	Ya	Televisi	Ya
25	Ya	Televisi	Tidak
26	Ya	Televisi	Tidak
27	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
28	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
29	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
30	Ya	Televisi, Youtube	Ya
31	Ya	Televisi	Tidak
32	Ya	Televisi, Youtube	Ya
33	Ya	Youtube	Ya
34	Ya	Televisi	Ya
35	Ya	Televisi	Tidak
36	Ya	Televisi, Youtube	Ya
37	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
38	Ya	Youtube	Tidak
39	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
40	Ya	Youtube	Tidak
41	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Ya

No	Apakah Anda pernah menyaksikan Iklan Bukalapak versi Emang Cincai?	Melalui media apa Anda menyaksikan Iklan Bukalapak versi Emang Cincai? (Jawaban boleh lebih dari 1)	Apakah Anda pernah membeli di situs Bukalapak?
42	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Tidak
43	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
44	Ya	Televisi	Tidak
45	Ya	Televisi	Tidak
46	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
47	Ya	Televisi	Tidak
48	Ya	Televisi, Youtube	Ya
49	Ya	Televisi	Tidak
50	Ya	Televisi, Youtube	Ya
51	Ya	Youtube	Tidak
52	Ya	Televisi, Youtube	Ya
53	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
54	Ya	Televisi, Youtube	Ya
55	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Tidak
56	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Ya
57	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
58	Ya	Televisi	Ya
59	Ya	Youtube	Tidak
60	Ya	Youtube, Instagram	Ya
61	Ya	Televisi	Ya
62	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
63	Ya	Televisi, Youtube	Tidak

No	Apakah Anda pernah menyaksikan Iklan Bukalapak versi Emang Cincai?	Melalui media apa Anda menyaksikan Iklan Bukalapak versi Emang Cincai? (Jawaban boleh lebih dari 1)	Apakah Anda pernah membeli di situs Bukalapak?
64	Ya	Youtube	Ya
65	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
66	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
67	Ya	Televisi	Tidak
68	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
69	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
70	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
71	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
72	Ya	Youtube	Tidak
73	Ya	Youtube	Tidak
74	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Tidak
75	Ya	Televisi	Ya
76	Ya	Televisi	Tidak
77	Ya	Televisi	Tidak
78	Ya	Youtube	Tidak
79	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Ya
80	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
81	Ya	Youtube	Ya
82	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
83	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
84	Ya	Youtube	Tidak
85	Ya	Youtube	Tidak

No	Apakah Anda pernah menyaksikan Iklan Bukalapak versi Emang Cincai?	Melalui media apa Anda menyaksikan Iklan Bukalapak versi Emang Cincai? (Jawaban boleh lebih dari 1)	Apakah Anda pernah membeli di situs Bukalapak?
86	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Tidak
87	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
88	Ya	Televisi, Youtube, Facebook	Tidak
89	Ya	Televisi	Tidak
90	Ya	Televisi	Tidak
91	Ya	Televisi	Tidak
92	Ya	Televisi	Tidak
93	Ya	Televisi, Youtube	Ya
94	Ya	Televisi	Ya
95	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
96	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Ya
97	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Ya
98	Ya	Televisi	Tidak
99	Ya	Televisi, Youtube	Ya
100	Ya	Televisi, Youtube	Ya
101	Ya	Televisi, Facebook	Ya
102	Ya	Televisi	Ya
103	Ya	Youtube	Ya
104	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
105	Ya	Televisi	Ya
106	Ya	Televisi	Ya
107	Ya	Televisi	Tidak

No	Apakah Anda pernah menyaksikan Iklan Bukalapak versi Emang Cincai?	Melalui media apa Anda menyaksikan Iklan Bukalapak versi Emang Cincai? (Jawaban boleh lebih dari 1)	Apakah Anda pernah membeli di situs Bukalapak?
108	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Tidak
109	Ya	Televisi	Tidak
110	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
111	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Tidak
112	Ya	Televisi, Youtube	Ya
113	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Tidak
114	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Tidak
115	Ya	Youtube, Instagram	Ya
116	Ya	Youtube	Tidak
117	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Ya
118	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Ya
119	Ya	Youtube	Ya
120	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
121	Ya	Youtube	Tidak
122	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
123	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Tidak
124	Ya	Youtube	Tidak
125	Ya	Televisi	Tidak
126	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Ya
127	Ya	Televisi	Tidak
128	Ya	Televisi	Tidak
129	Ya	Televisi	Tidak

No	Apakah Anda pernah menyaksikan Iklan Bukalapak versi Emang Cincai?	Melalui media apa Anda menyaksikan Iklan Bukalapak versi Emang Cincai? (Jawaban boleh lebih dari 1)	Apakah Anda pernah membeli di situs Bukalapak?
130	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
131	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
132	Ya	Televisi	Tidak
133	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
134	Ya	Televisi	Ya
135	Ya	Televisi	Ya
136	Ya	Youtube	Tidak
137	Ya	Televisi	Ya
138	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Ya
139	Ya	Televisi	Ya
140	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Tidak
141	Ya	Televisi, Instagram	Ya
142	Ya	Youtube	Ya
143	Ya	Televisi	Tidak
144	Ya	Youtube, Instagram	Ya
145	Ya	Televisi	Tidak
146	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
147	Ya	Televisi, Youtube	Ya
148	Ya	Youtube	Ya
149	Ya	Youtube	Tidak
150	Ya	Youtube	Tidak
151	Ya	Youtube	Tidak

No	Apakah Anda pernah menyaksikan Iklan Bukalapak versi Emang Cincai?	Melalui media apa Anda menyaksikan Iklan Bukalapak versi Emang Cincai? (Jawaban boleh lebih dari 1)	Apakah Anda pernah membeli di situs Bukalapak?
152	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Tidak
153	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
154	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Tidak
155	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
156	Ya	Televisi, Instagram	Tidak
157	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
158	Ya	Televisi	Tidak
159	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
160	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
161	Ya	Youtube	Tidak
162	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
163	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
164	Ya	Youtube	Ya
165	Ya	Youtube	Tidak
166	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
167	Ya	Televisi, Youtube	Ya
168	Ya	Youtube	Tidak
169	Ya	Televisi	Tidak
170	Ya	Televisi	Tidak
171	Ya	Youtube	Ya
172	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
173	Ya	Televisi, Youtube	Tidak

No	Apakah Anda pernah menyaksikan Iklan Bukalapak versi Emang Cincai?	Melalui media apa Anda menyaksikan Iklan Bukalapak versi Emang Cincai? (Jawaban boleh lebih dari 1)	Apakah Anda pernah membeli di situs Bukalapak?
174	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Ya
175	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
176	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
177	Ya	Televisi	Ya
178	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
179	Ya	Youtube, Instagram	Ya
180	Ya	Televisi, Youtube	Ya
181	Ya	Youtube	Tidak
182	Ya	Televisi	Tidak
183	Ya	Televisi	Tidak
184	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
185	Ya	Youtube	Tidak
186	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Tidak
187	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
188	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
189	Ya	Televisi	Tidak
190	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
191	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
192	Ya	Televisi	Tidak
193	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Tidak
194	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
195	Ya	Youtube, Instagram	Tidak

No	Apakah Anda pernah menyaksikan Iklan Bukalapak versi Emang Cincai?	Melalui media apa Anda menyaksikan Iklan Bukalapak versi Emang Cincai? (Jawaban boleh lebih dari 1)	Apakah Anda pernah membeli di situs Bukalapak?
196	Ya	Televisi, Youtube	Ya
197	Ya	Youtube	Tidak
198	Ya	Televisi, Youtube	Tidak
199	Ya	Televisi, Youtube, Instagram	Tidak
200	Ya	Youtube	Tidak
201	Ya	Televisi, Youtube	Ya

No	KIH1	KIH2	KIH3	KIH4	KIH5	KIH6	KIH7	KIH8	STI1	STI2	STI3	STI4
1	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4
2	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4
3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	2	3	2	3	4	4	2	3	4	3	1
5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4
8	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	3
9	4	4	2	4	4	2	4	4	3	4	4	4
10	4	3	3	3	4	3	4	2	4	4	4	3
11	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4
12	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	2	4
13	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
14	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	3
15	4	4	4	2	4	3	3	4	4	4	4	3
16	4	4	4	3	4	4	4	5	3	3	3	4
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3
19	2	2	2	4	3	4	4	2	2	2	2	2
20	2	2	2	2	4	4	4	4	2	1	2	2
21	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3
22	5	3	5	3	4	5	3	3	5	5	5	2
23	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4
24	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3
25	4	5	3	2	3	4	4	4	3	4	3	4
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4

No	KIH1	KIH2	KIH3	KIH4	KIH5	KIH6	KIH7	KIH8	STI1	STI2	STI3	STI4
28	4	4	4	1	3	4	2	5	4	5	2	3
29	5	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4
30	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	2
34	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
37	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2
38	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3
39	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3
40	5	4	4	4	4	5	5	3	5	4	4	2
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
42	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
43	4	4	5	4	5	5	4	3	5	5	5	4
44	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	3
45	4	4	4	4	3	4	3	2	2	2	2	2
46	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
47	5	5	4	4	4	5	4	3	4	5	5	4
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	3	3	2	1	2	3	3	2	3	4	3	4
50	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4
51	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4
52	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3
53	5	5	5	4	4	5	5	2	5	5	5	2
54	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

No	KIH1	KIH2	KIH3	KIH4	KIH5	KIH6	KIH7	KIH8	STI1	STI2	STI3	STI4
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
56	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
57	4	4	4	3	4	5	5	2	4	5	4	2
58	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5
59	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	4	4
60	4	3	3	2	2	4	4	5	3	2	3	4
61	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3
62	4	2	2	4	3	4	4	2	3	3	3	3
63	4	4	4	1	4	4	4	2	4	4	4	3
64	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3
65	5	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
69	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
70	2	2	1	3	2	4	4	3	1	2	3	1
71	5	5	5	2	4	3	4	5	5	5	5	4
72	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3
73	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
74	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	2	1
75	2	2	3	4	2	4	5	2	2	2	2	1
76	4	4	3	4	3	5	5	3	3	3	3	2
77	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3
78	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3
79	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
80	3	2	2	2	3	4	4	3	2	2	2	2
81	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3

No	KIH1	KIH2	KIH3	KIH4	KIH5	KIH6	KIH7	KIH8	STI1	STI2	STI3	STI4
82	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3
83	5	4	4	3	4	5	5	3	4	5	4	4
84	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2
87	4	4	3	3	3	4	4	3	2	4	4	2
88	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3
89	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2
90	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	2
91	4	4	4	3	3	4	3	3	5	4	4	2
92	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	1
93	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4
94	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
95	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
97	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5
98	5	5	4	3	4	3	5	4	4	5	4	5
99	4	4	4	1	5	3	4	4	4	4	4	4
100	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
101	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
102	4	5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3
103	4	4	5	5	5	5	2	2	4	5	4	4
104	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4
105	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
106	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
107	4	5	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3
108	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	3

No	KIH1	KIH2	KIH3	KIH4	KIH5	KIH6	KIH7	KIH8	STI1	STI2	STI3	STI4
109	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4
110	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	2
111	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
112	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3
113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
114	3	5	5	3	3	5	5	2	5	3	3	2
115	1	1	1	4	2	3	3	4	1	1	2	2
116	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
117	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
118	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
119	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2
120	3	3	2	4	3	4	4	2	2	2	2	2
121	4	4	4	4	4	3	4	1	4	4	4	1
122	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
123	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
124	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3
125	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
126	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
127	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
128	4	4	2	4	4	4	2	4	2	2	4	2
129	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
130	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
131	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
132	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3
133	3	3	3	2	2	4	4	3	2	2	2	2
134	5	5	5	3	5	3	4	5	4	5	5	3
135	5	4	5	5	5	3	4	4	5	5	5	3

No	KIH1	KIH2	KIH3	KIH4	KIH5	KIH6	KIH7	KIH8	STI1	STI2	STI3	STI4
136	4	4	4	2	4	5	5	4	4	4	3	4
137	2	2	2	2	1	2	4	1	1	1	1	1
138	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
139	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
140	3	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	3
141	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
142	3	4	4	5	4	3	4	3	3	4	3	1
143	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
144	4	5	4	4	5	5	3	3	3	5	4	3
145	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3
146	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3
147	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4
148	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
149	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5
150	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
151	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
152	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3
153	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
154	5	5	5	4	4	4	2	4	2	4	2	1
155	4	4	4	2	2	2	3	4	2	2	4	4
156	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3
157	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
158	2	1	3	3	4	3	2	5	4	4	3	4
159	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
160	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
161	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
162	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4

No	KIH1	KIH2	KIH3	KIH4	KIH5	KIH6	KIH7	KIH8	STI1	STI2	STI3	STI4
163	4	3	4	3	5	4	4	3	4	4	4	3
164	4	4	4	1	4	3	4	4	4	4	4	3
165	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
166	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3
167	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3
168	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
169	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
170	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
171	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4
172	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
173	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
174	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3
175	4	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	2
176	4	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4	4
177	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3
178	5	5	4	5	5	5	5	1	5	4	4	3
179	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	3
180	3	3	3	4	3	5	4	2	3	3	4	2
181	4	4	4	1	4	3	5	5	5	5	5	4
182	4	3	4	4	3	5	4	2	4	5	4	2
183	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2
184	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
185	5	4	4	3	4	3	4	3	5	5	5	3
186	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4
187	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
188	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
189	4	4	4	3	5	3	2	5	5	5	3	5

No	KIH1	KIH2	KIH3	KIH4	KIH5	KIH6	KIH7	KIH8	STI1	STI2	STI3	STI4
190	4	4	5	4	4	5	2	3	5	5	2	2
191	4	3	5	2	2	3	4	3	3	4	2	2
192	3	4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	1
193	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	3
194	3	5	5	3	5	5	3	2	4	5	4	1
195	5	3	4	3	4	5	2	4	5	5	1	1
196	4	4	5	3	4	5	5	4	4	5	4	4
197	4	4	4	3	3	5	4	3	3	3	3	2
198	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3
199	3	4	3	2	4	3	3	4	3	4	3	4
200	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3
201	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4

No	NB1	NB2	NB3	WOM1	WOM2	WOM3	WOM4	WOM5	WOM6	WOM7	WOM8	RC1	RC2	RC3
1	5	4	5	4	4	4	4	4	4	1	4	5	4	4
2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	4
3	5	5	4	3	3	4	3	4	4	1	4	5	4	4
4	3	3	4	1	1	3	2	3	3	1	3	4	2	1
5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	5
6	4	4	4	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	3
7	4	4	4	3	4	4	5	5	3	4	5	5	4	3
8	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4
9	4	4	4	4	4	4	2	5	4	2	4	4	4	4
10	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	2	4	2	2
11	4	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3
12	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	2
13	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5
14	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3
15	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	4	4	3
16	2	2	2	4	2	3	4	2	1	3	1	4	1	1
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	4	4	4	2	2	4	2	3	4	2	3	4	4	4
19	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	4	4	3
20	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
21	4	4	4	2	2	3	2	3	3	1	2	3	3	3
22	5	5	5	3	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5
23	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
24	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3
25	4	4	4	3	3	2	3	4	2	4	4	4	4	4
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	3	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	4	4	3

No	NB1	NB2	NB3	WOM1	WOM2	WOM3	WOM4	WOM5	WOM6	WOM7	WOM8	RC1	RC2	RC3
28	4	3	4	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4
29	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	2
30	4	4	4	3	3	3	3	3	4	2	4	4	4	4
31	4	4	4	2	2	4	3	3	3	2	3	4	3	2
32	4	4	4	2	2	3	2	2	4	2	4	4	4	2
33	4	4	4	2	2	4	2	4	4	2	4	4	4	4
34	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	4
36	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5
37	4	4	3	2	2	3	3	3	4	2	3	3	3	3
38	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2
39	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
40	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	3	5	3	3
41	4	4	4	4	4	4	5	5	4	2	3	4	3	3
42	3	4	5	4	4	4	4	4	3	2	3	4	3	4
43	5	4	4	5	4	4	4	4	4	2	3	5	4	4
44	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2
45	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	4	4	2
46	5	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	5	2	4
47	2	2	2	4	4	4	4	4	1	1	2	4	1	1
48	4	4	4	2	2	2	4	4	4	2	2	4	4	2
49	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	4
50	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5
51	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	2	3
52	4	4	4	2	3	4	2	4	3	1	4	5	5	4
53	5	5	5	4	4	4	4	4	5	2	5	5	5	5
54	5	4	4	2	4	4	2	4	2	2	2	4	4	4

No	NB1	NB2	NB3	WOM1	WOM2	WOM3	WOM4	WOM5	WOM6	WOM7	WOM8	RC1	RC2	RC3
55	5	5	5	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4
56	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
57	2	2	2	4	4	2	4	4	2	2	2	5	3	2
58	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5
59	5	4	4	2	4	4	2	4	2	2	4	4	4	5
60	3	3	4	2	2	3	2	1	3	1	4	5	3	2
61	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3
62	4	3	3	3	2	2	1	1	3	1	3	3	3	2
63	3	3	2	4	4	3	3	3	2	1	3	4	4	2
64	3	5	3	3	4	3	3	4	3	1	3	4	4	3
65	2	4	4	2	2	4	2	2	2	1	4	5	5	1
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	4	4	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
68	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	3
69	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4
70	3	3	2	1	1	2	2	3	2	3	3	3	3	2
71	5	3	3	4	4	2	2	3	3	1	3	5	5	5
72	4	4	3	1	1	1	1	1	2	1	2	4	4	3
73	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	5	3
74	4	3	4	1	1	3	1	2	2	4	3	1	2	2
75	5	4	5	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2
76	3	3	3	2	1	3	2	2	3	1	3	3	3	3
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	2
78	4	4	2	3	2	2	2	2	3	1	2	3	3	2
79	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
81	4	4	4	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3

No	NB1	NB2	NB3	WOM1	WOM2	WOM3	WOM4	WOM5	WOM6	WOM7	WOM8	RC1	RC2	RC3
82	4	3	3	4	3	4	2	3	3	4	3	4	4	4
83	4	3	5	4	4	4	5	5	3	3	5	5	5	5
84	3	3	3	2	2	3	2	2	3	1	2	5	5	4
85	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
87	4	4	2	4	4	4	2	2	2	4	2	4	4	2
88	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
89	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
90	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	4	4	3
91	3	3	3	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3
92	2	3	3	1	2	2	2	2	1	2	2	4	2	2
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3
94	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	4	4	4
95	4	3	3	2	2	4	3	2	2	1	3	4	4	4
96	5	4	4	3	3	4	3	4	3	2	4	5	5	5
97	5	4	4	2	4	4	2	4	4	2	4	5	5	2
98	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5
99	4	4	4	4	4	5	5	5	4	1	4	5	5	4
100	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4
101	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	4	4	4
102	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
103	4	2	4	2	1	1	1	4	1	4	2	2	1	1
104	5	4	4	5	4	4	4	4	4	1	4	5	5	4
105	4	2	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
106	3	4	4	3	3	3	3	3	3	1	3	4	3	3
107	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4
108	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	2	4	4	4

No	NB1	NB2	NB3	WOM1	WOM2	WOM3	WOM4	WOM5	WOM6	WOM7	WOM8	RC1	RC2	RC3
109	4	4	3	3	2	2	2	3	2	2	4	4	4	4
110	4	3	4	2	3	4	2	2	2	2	2	2	3	2
111	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3
112	5	4	4	3	3	4	2	2	3	2	3	4	4	3
113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
114	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2
115	4	4	4	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1
116	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	4	5	4
117	4	4	4	3	4	4	3	3	4	2	3	4	4	4
118	4	4	4	3	4	4	3	3	4	2	3	4	4	4
119	4	4	4	2	2	2	2	3	2	2	2	4	4	4
120	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2
121	1	3	3	2	2	3	1	3	1	1	1	3	2	1
122	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	2	4	3	3
123	3	3	3	3	3	5	3	3	5	1	3	5	3	3
124	2	2	2	3	3	4	3	3	2	2	3	4	4	3
125	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
126	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
127	4	4	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3
128	4	4	4	2	4	4	2	4	2	2	2	4	4	4
129	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
130	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3
131	4	5	5	2	2	3	2	2	3	1	2	5	5	5
132	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2
133	4	4	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2
134	3	1	2	3	3	3	3	4	2	3	4	5	5	3
135	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3

No	NB1	NB2	NB3	WOM1	WOM2	WOM3	WOM4	WOM5	WOM6	WOM7	WOM8	RC1	RC2	RC3
136	5	5	5	2	2	2	1	1	3	1	2	4	5	4
137	3	3	3	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2
138	3	3	3	3	3	4	3	4	3	1	1	3	3	3
139	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4
140	4	4	4	5	5	3	3	3	3	1	3	3	4	4
141	5	5	5	3	4	5	5	5	4	3	3	5	5	5
142	4	4	4	2	1	3	1	3	2	1	3	4	4	3
143	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
144	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	3	4	3	4
145	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3
146	4	4	4	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3
147	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	5	4	4
148	3	4	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	4
149	5	5	5	5	3	5	2	3	3	1	3	4	4	3
150	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
151	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
152	3	3	3	2	2	4	1	1	1	3	3	4	3	3
153	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
154	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4
155	1	4	2	2	4	2	4	3	3	2	3	4	4	4
156	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4
157	4	4	4	3	3	4	3	3	4	2	4	4	4	3
158	4	3	3	4	4	3	3	2	3	2	4	5	5	4
159	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
160	2	1	2	3	3	4	3	4	2	2	2	5	3	3
161	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
162	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	3	2

No	NB1	NB2	NB3	WOM1	WOM2	WOM3	WOM4	WOM5	WOM6	WOM7	WOM8	RC1	RC2	RC3
163	4	4	4	2	3	4	3	3	5	2	3	3	4	4
164	4	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3
165	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5
166	4	4	4	3	3	4	4	4	2	2	3	4	5	4
167	5	4	4	5	3	3	5	4	5	1	5	5	5	5
168	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
169	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
170	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
171	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
172	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
173	2	1	2	3	3	4	3	4	2	2	2	5	3	3
174	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3
175	4	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	4	4	4
176	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	3
177	4	4	4	3	3	3	3	3	4	2	2	3	4	3
178	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	4
179	5	5	5	3	3	4	3	4	4	2	4	4	5	4
180	4	4	4	2	2	2	2	2	4	2	2	3	3	2
181	5	5	5	4	4	4	4	4	2	1	4	4	4	3
182	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	4	4	3
183	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	1	1
184	3	3	3	5	5	5	5	5	3	2	2	5	5	4
185	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4
186	5	5	5	4	4	4	4	4	5	1	4	5	5	5
187	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
188	3	3	4	3	3	3	3	3	3	1	3	4	4	4
189	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

No	NB1	NB2	NB3	WOM1	WOM2	WOM3	WOM4	WOM5	WOM6	WOM7	WOM8	RC1	RC2	RC3
190	1	1	1	1	1	3	3	3	1	3	2	5	2	2
191	4	4	4	3	4	3	2	3	2	1	3	5	5	4
192	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2
193	5	5	5	4	4	4	3	3	3	1	3	5	5	5
194	3	3	3	4	5	3	4	3	2	3	2	5	2	2
195	2	5	5	1	1	3	3	1	1	1	1	5	5	5
196	5	5	5	3	3	4	4	3	5	4	5	4	5	4
197	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4	3
198	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	2	3	3	4
199	3	2	3	3	5	3	4	4	4	2	3	3	4	4
200	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
201	4	4	4	2	2	3	2	4	3	3	3	4	4	3



KEMENARIKAN IKLAN HUMOR

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	201	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	201	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.852	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KIH1	26.99	17.210	.743	.817
KIH2	27.13	17.093	.720	.819
KIH3	27.10	17.090	.745	.816
KIH4	27.45	17.869	.518	.845
KIH5	27.12	17.676	.725	.820
KIH6	27.09	18.966	.473	.848
KIH7	27.14	19.224	.461	.849
KIH8	27.49	18.781	.410	.858

SIKAP TERHADAP IKLAN

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	201	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	201	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.868	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ST1	11.13	5.807	.797	.799
ST2	10.97	6.099	.768	.813
ST3	11.15	6.018	.770	.812
ST4	11.67	6.212	.570	.898

NIAT BELI

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	201	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	201	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.870	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NB1	7.14	2.730	.676	.885
NB2	7.31	2.554	.789	.783
NB3	7.28	2.534	.793	.779

WORD OF MOUTH

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	201	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	201	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
WOM1	21.05	30.552	.765	.891
WOM2	21.01	30.075	.807	.887
WOM3	20.80	32.183	.712	.896
WOM4	21.08	30.114	.802	.888
WOM5	20.93	30.829	.750	.892
WOM6	21.04	31.523	.683	.898
WOM7	21.73	33.477	.461	.918
WOM8	21.05	31.878	.684	.898

RECALL

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	201	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	201	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.834	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RC1	6.96	3.593	.617	.844
RC2	7.21	2.736	.791	.669
RC3	7.54	2.880	.694	.774



REGRESI I **KEMENARIKAN IKLAN HUMOR PADA SIKAP TERHADAP IKLAN**

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KIH ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: STI

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.827 ^a	.684	.682	.452

a. Predictors: (Constant), KIH

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	87.855	1	87.855	430.882	.000 ^a
	Residual	40.575	199	.204		
	Total	128.430	200			

a. Predictors: (Constant), KIH

b. Dependent Variable: STI

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.550	.209		-2.627	.009
	KIH	1.105	.053	.827	20.758	.000

a. Dependent Variable: STI

REGRESI II

PENGARUH SIKAP TERHADAP NIAT BELI

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	STI ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: NB

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.348 ^a	.121	.117	.735

a. Predictors: (Constant), STI

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14.809	1	14.809	27.397	.000 ^a
	Residual	107.566	199	.541		
	Total	122.375	200			

a. Predictors: (Constant), STI

b. Dependent Variable: NB

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.351	.248		9.465	.000
	STI	.340	.065	.348	5.234	.000

a. Dependent Variable: NB

REGRESI III

PENGARUH KEMENARIKAN IKLAN HUMOR TERHADAP NIAT BELI

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KIH ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: NB

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.320 ^a	.103	.098	.743

a. Predictors: (Constant), KIH

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.552	1	12.552	22.744	.000 ^a
	Residual	109.823	199	.552		
	Total	122.375	200			

a. Predictors: (Constant), KIH

b. Dependent Variable: NB

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.999	.344		5.806	.000
	KIH	.418	.088	.320	4.769	.000

a. Dependent Variable: NB

REGRESI IV

PENGARUH KEMENARIKAN IKLAN HUMOR TERHADAP WORD OF MOUTH

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KIH ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: WOM

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.468 ^a	.219	.215	.704

a. Predictors: (Constant), KIH

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27.666	1	27.666	55.864	.000 ^a
	Residual	98.553	199	.495		
	Total	126.219	200			

a. Predictors: (Constant), KIH

b. Dependent Variable: WOM

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.603	.326		1.849	.066
	KIH	.620	.083	.468	7.474	.000

a. Dependent Variable: WOM

REGRESI V

PENGARUH KEMENARIKAN IKLAN HUMOR TERHADAP *RECALL*

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KIH ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: RC

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.527 ^a	.278	.274	.717

a. Predictors: (Constant), KIH

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	39.388	1	39.388	76.593	.000 ^a
	Residual	102.336	199	.514		
	Total	141.725	200			

a. Predictors: (Constant), KIH

b. Dependent Variable: RC

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.742	.332		2.233	.027
	KIH	.740	.085	.527	8.752	.000

a. Dependent Variable: RC



**UJI ANOVA BEDA PENGALAMAN PEMBELIAN TERHADAP SIKAP,
NIAT BELI, WORD OF MOUTH, DAN RECALL**

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimu m	Maximu m
						Lower Bound	Upper Bound		
STI	Ya	61	3.90	.840	.108	3.68	4.11	1	5
	Tidak	140	3.68	.778	.066	3.55	3.81	2	5
	Total	201	3.74	.801	.057	3.63	3.86	1	5
NB	Ya	61	3.96	.640	.082	3.79	4.12	2	5
	Tidak	140	3.48	.796	.067	3.34	3.61	1	5
	Total	201	3.62	.782	.055	3.51	3.73	1	5
WO M	Ya	61	3.25	.865	.111	3.02	3.47	1	5
	Tidak	140	2.91	.742	.063	2.79	3.03	1	5
	Total	201	3.01	.794	.056	2.90	3.12	1	5
RC	Ya	61	3.78	.860	.110	3.56	4.00	1	5
	Tidak	140	3.55	.827	.070	3.41	3.69	2	5
	Total	201	3.62	.842	.059	3.50	3.73	1	5

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
STI	Between Groups	2.071	1	2.071	3.261	.072
	Within Groups	126.359	199	.635		
	Total	128.430	200			
NB	Between Groups	9.793	1	9.793	17.310	.000
	Within Groups	112.582	199	.566		
	Total	122.375	200			
WOM	Between Groups	4.774	1	4.774	7.822	.006
	Within Groups	121.445	199	.610		
	Total	126.219	200			
RC	Between Groups	2.215	1	2.215	3.160	.077
	Within Groups	139.509	199	.701		
	Total	141.725	200			

UJI BEDA JENIS KELAMIN TERHADAP SIKAP, NIAT BELI, WORD OF MOUTH, DAN RECALL

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
STI	Laki-Laki	61	3.77	.819	.105	3.56	3.98	2	5
	Perempuan	140	3.73	.796	.067	3.60	3.87	1	5
	Total	201	3.74	.801	.057	3.63	3.86	1	5
NB	Laki-Laki	61	3.77	.811	.104	3.56	3.98	1	5
	Perempuan	140	3.56	.763	.065	3.43	3.68	2	5
	Total	201	3.62	.782	.055	3.51	3.73	1	5
WOM	Laki-Laki	61	3.09	.846	.108	2.87	3.31	1	5
	Perempuan	140	2.98	.772	.065	2.85	3.11	1	5
	Total	201	3.01	.794	.056	2.90	3.12	1	5
RC	Laki-Laki	61	3.85	.847	.108	3.63	4.06	1	5
	Perempuan	140	3.52	.823	.070	3.38	3.65	1	5
	Total	201	3.62	.842	.059	3.50	3.73	1	5

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
STI	Between Groups	.045	1	.045	.069	.792
	Within Groups	128.385	199	.645		
	Total	128.430	200			
NB	Between Groups	1.934	1	1.934	3.195	.075
	Within Groups	120.441	199	.605		
	Total	122.375	200			
WOM	Between Groups	.529	1	.529	.838	.361
	Within Groups	125.690	199	.632		
	Total	126.219	200			
RC	Between Groups	4.636	1	4.636	6.730	.010
	Within Groups	137.089	199	.689		
	Total	141.725	200			



- 

hahahahahahaha ketawa seakar akarnya ini kreatif banget ada rap nya juga. maju terus bukalapak 👍👍

Akbar Dadensyah • 6 months ago

👍 🗨️ 💬 ⋮
- 

Ngakak 🤔🤔🤔

Gabriellela A S • 8 months ago

👍 1 🗨️ 💬 ⋮
- 

the legend is back :v

Faiz Arya • 7 months ago

👍 🗨️ 💬 ⋮
- 

Wkwkwk asli ini keren. Unik. Siapa yg bikin? Haha

Permana Blogger • 7 months ago

👍 🗨️ 💬 ⋮
- 

sakit perut ya allah

David Pachutski • 6 months ago
- 

Lagunya ngeselin.. Tpi ane suka 🤔🤔🤔

sarutobi • 7 months ago
- 

suka bgt ma iklan ini .. kreatif inofatif... aku suka ikutan nyanyii sambil ketawa sendiri lucu bgt . 😊😊😊

Sinta Indrawati • 5 months ago

👍 🗨️ 💬 ⋮
- 

buk linda lucu banget deh.

Har. jp bckpace. • 4 months ago

👍 🗨️ 💬 ⋮
- 

Iklan bukalapak selalu berkesan. Beda sama toko sebelah.

roy adhe haryadi • 7 months ago

👍 🗨️ 💬 ⋮
- 

kocaaakk. 🤔

Nia Dany • 8 months ago

👍 🗨️ 💬 ⋮
- 

Cincai is back.....🤔

azkal azkiya • 7 months ago

👍 🗨️ 💬 ⋮
- 

Satu-satunya iklan yg ga pernah gw skip

Ron Anf • 7 months ago

👍 🗨️ 💬 ⋮
- 

selain ngasih informasi, nih lagu kayaknya lantasi jadi lagu iklan terunik XD
- 

Bagus iklannya apalagi musicnya enak didengar

Adi Art Show • 6 months ago

