

## LAMPIRAN

### LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN

Dalam rangka penelitian mengenai KEPUTUSAN PEMASANGAN IKLAN DI METRO TV, kami memohon Anda dapat meluangkan waktu sejenak untuk mengisi kuesioner ini. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih

S1. Nama Agency/Perusahaan : \_\_\_\_\_

S2. Posisi : \_\_\_\_\_

- |             |               |                            |
|-------------|---------------|----------------------------|
| a. Pemilik  | c. Manajer    | e. Staf                    |
| b. Direktur | d. Supervisor | f. Lainnya, sebutkan _____ |

S3. Usia : \_\_\_\_\_ Tahun

- |                  |                  |               |
|------------------|------------------|---------------|
| a. < 20 Tahun    | c. 31 – 40 tahun | e. > 50 tahun |
| b. 20 – 30 Tahun | d. 41 - 50 Tahun |               |

S4. Pendidikan:

- |            |               |                            |
|------------|---------------|----------------------------|
| a. SMA     | c. Sarjana S1 | e. S3                      |
| b. Diploma | d. S2         | f. Lainnya, sebutkan _____ |

S5. Kapan terakhir kali beriklan di Metro TV:

- |                   |                  |              |
|-------------------|------------------|--------------|
| a. < 1 bulan lalu | c. 3,1 – 5 Bulan | e. > 6 bulan |
| b. 1- 3 Bulan     | d. 5,1 – 6 Bulan |              |

#### PETUNJUK PENGISIAN

1. STS = SANGAT TIDAK SETUJU
2. TS = TIDAK SETUJU
3. KS = KURANG SETUJU
4. S = SETUJU
5. SS = SANGAT SETUJU

P1. Mohon isikan seberapa setuju atau tidak setuju Anda terhadap pernyataan tersebut.

<b>VARIABEL PRODUK</b>		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>KS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1	Spot iklan yang ditawarkan Metro TV sesuai keinginan klien	1	2	3	4	5
2	Time signal Metro TV (seperti penanda waktu setiap jamnya) menarik minat untuk beriklan	1	2	3	4	5
3	Creative Placement (seperti Built in Logo, Produk, Super Impose, Running Text, dll) menarik minat untuk beriklan	1	2	3	4	5
4	Waktu penayangan iklan di Metro TV sesuai permintaan pemasang iklan	1	2	3	4	5
5	Metro TV customized program (seperti Advertorial, filler) yang sesuai kebutuhan pemasang iklan	1	2	3	4	5
6	Segmentasi program Metro TV (seperti Kick Andy, Mario Teguh) sesuai dengan segmentasi produk klien	1	2	3	4	5
7	Rating program Metro TV (seperti Kick Andy, Mario Teguh) cukup bagus	1	2	3	4	5
8	Share program Metro TV (seperti Kick Andy, Mario Teguh) cukup tinggi	1	2	3	4	5
9	Jam tayang program Metro TV (seperti Kick Andy, Mario Teguh) tepat sasaran	1	2	3	4	5

<b>PERCEIVED PRICE</b>		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>KS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
10	Harga airing (rate penayangan iklan) di Metro TV cukup kompetitif	1	2	3	4	5
11	Harga produksi untuk penayangan iklan di Metro TV cukup terjangkau	1	2	3	4	5
12	Metro TV memberikan saving value (harga diskon) yang cukup menarik	1	2	3	4	5
13	Metro TV memberikan free value atau bonus spot iklan yang cukup menarik	1	2	3	4	5
14	Periode Pembayaran iklan di Metro TV fleksibel	1	2	3	4	5
15	Cancellation order atau pembatalan order paket iklan di Metro TV dapat dinegosiasikan	1	2	3	4	5
16	Pembayaran iklan di Metro TV dapat di angsur	1	2	3	4	5

<b>SALES PERSON</b>		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>KS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
17	Sales Metro TV selalu mengakomodasi kebutuhan pemasang iklan	1	2	3	4	5
18	Sales metro TV mampu selalu menjalin hubungan yang baik dengan klien	1	2	3	4	5
19	Sales Metro TV bertanggung jawab terhadap paket iklan yang ditawarkan	1	2	3	4	5
20	Sales Metro TV aktif melakukan penawaran iklan kepada klien	1	2	3	4	5
21	Sales Metro TV cepat menanggapi keluhan klien	1	2	3	4	5

<b>KEPUTUSAN PEMASANGAN IKLAN</b>		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>KS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
22	Klien bersedia mencari tahu produk Metro TV karena tertarik tawaran paket iklan dari sales Metro TV	1	2	3	4	5
23	Pemasang iklan bersedia mengevaluasi produk yang ditawarkan oleh Metro TV	1	2	3	4	5
24	Klien memasang iklan di Metro TV karena ada penawaran dari sales Metro TV	1	2	3	4	5

## LAMPIRAN 2. HASIL SPSS VERSI 20

### 1. DESCRIPTIVE STATISTIC

**Statistics**

		Usia	Pendidikan	Terakhir kali beriklan di Metro TV
N	Valid	71	71	71
	Missing	0	0	0
Mean		2.66	3.10	2.06
Median		3.00	3.00	2.00
Sum		189	220	146

**Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20 - 30 tahun	35	49.3	49.3	49.3
	31 - 40 tahun	25	35.2	35.2	84.5
	41 - 50 tahun	11	15.5	15.5	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

**Pendidikan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Diploma	4	5.6	5.6	5.6
	S1	56	78.9	78.9	84.5

S2	11	15.5	15.5	100.0
Total	71	100.0	100.0	

**Terakhir kali beriklan di Metro TV**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 1 bulan	32	45.1	45.1	45.1
1 - 3 bulan	23	32.4	32.4	77.5
3,1 - 5 bulan	5	7.0	7.0	84.5
5,1 - 6 bulan	2	2.8	2.8	87.3
> 6 bulan	9	12.7	12.7	100.0
Total	71	100.0	100.0	

**2. HASIL UJI VALIDITAS RELIABILITAS**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.719	9

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Spot iklan yang ditawarkan Metro TV sesuai keinginan klien	30.62	11.098	.383	.697
Time signal Meto TV menarik minat pemasang iklan	31.07	9.866	.491	.674

Creative placement Metro TV menarik minat untuk beriklan	30.90	10.090	.382	.699
Waktu penayangan iklan di Metro TV sesuai permintaan klien	30.76	9.613	.581	.657
Metro TV customized program sesuai kebutuhan pemasang iklan	30.89	11.760	.323	.708
Segmentasi program Metro TV sesuai segmentasi produk klien	30.80	10.361	.335	.708
Rating program Metro TV cukup tinggi	31.08	10.593	.390	.695
Share program Metro TV cukup tinggi	31.04	10.355	.436	.686
Jam tayang program Metro TV tepat sasaran	30.77	11.577	.243	.718

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.800	6

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Harga airing (rate penayangan iklan) di Metro TV cukup kompetitif	17.32	7.194	.590	.763
Harga produksi untuk penayangan iklan di Metro TV cukup terjangkau	17.23	7.263	.597	.760
Metro TV memberikan saving value yang cukup menarik	16.87	7.398	.740	.726
Metro TV memberikan free value yang cukup menarik	17.13	7.541	.661	.744
Periode pembayaran iklan di Metro TV fleksibel	16.79	9.426	.334	.810

Cancellation order di Metro TV dapat dinegosiasikan	16.77	8.806	.429	.795
---	-------	-------	------	------

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.792	5

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Sales Metro TV selalu mengakomodasi kebutuhan pemasang iklan	16.14	3.923	.379	.805
Sales Metro TV mampu selalu menjalin hubungan yang baik dengan klien	16.34	3.456	.603	.744
Sales Metro TV bertanggung jawab terhadap paket iklan yang ditawarkan	16.37	3.150	.683	.715
Sales Metro TV aktif melakukan penawaran iklan kepada klien	16.51	2.568	.740	.692
Sales Metro TV cepat menanggapi keluhan klien	16.73	3.627	.483	.779

### 3. UJI NORMALITAS

#### Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Res	71	.8470	.67544	.00	2.61

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Res
N		71
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.8470
	Std. Deviation	.67544
	Absolute	.108
Most Extreme Differences	Positive	.108
	Negative	-.105
Kolmogorov-Smirnov Z		.912
Asymp. Sig. (2-tailed)		.376

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

#### 4. UJI MULTIKOLINEARITAS

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 X1	.809	1.237
X2	.853	1.173
X3	.901	1.110

a. Dependent Variable: Y

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	X1	X2	X3
1	1	3.952	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.024	12.715	.00	.00	.61	.48
	3	.015	16.245	.16	.28	.39	.50
	4	.008	21.722	.84	.72	.00	.03

a. Dependent Variable: Y



**III HETEROSKEDASTISITAS**

Soal No. 01.

Dependent Variable: Y



**Successive Detail**

Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1.000	1.000	4.000	0.006	0.006	0.018	-2.497	1.000
	2.000	25.000	0.039	0.045	0.095	-1.691	1.832
	3.000	125.000	0.196	0.241	0.312	-0.703	2.715
	4.000	389.000	0.609	0.850	0.233	1.035	3.949

**Successive Detail**

Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1.000	1.000	8.000	0.019	0.019	0.046	-2.080	1.000
	2.000	50.000	0.117	0.136	0.218	-1.098	1.974
	3.000	143.000	0.336	0.472	0.398	-0.071	2.909
	4.000	212.000	0.498	0.969	0.069	1.873	4.105

**Successive Detail**

Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1.000	2.000	4.000	0.011	0.011	0.030	-2.281	1.000
	3.000	42.000	0.118	0.130	0.211	-1.128	2.090
	4.000	222.000	0.625	0.755	0.314	0.690	3.459
	5.000	87.000	0.245	1.000	0.000		4.907

### Successive Detail

Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1.000	3.000	27.000	0.127	0.127	0.208	-1.142	1.000
	4.000	155.000	0.728	0.954	0.228	1.056	2.612
	5.000	31.000	0.146	1.000	0.000	8.161	4.210

## 7. UJI KORELASI

		X1	X2	X3	Y
X1	Pearson Correlation	1	.372**	.300**	.139
	Sig. (1-tailed)		.001	.006	.123
	N	71	71	71	71
X2	Pearson Correlation	.372**	1	.201*	.183
	Sig. (1-tailed)	.001		.046	.064
	N	71	71	71	71
X3	Pearson Correlation	.300**	.201*	1	.533**
	Sig. (1-tailed)	.006	.046		.000
	N	71	71	71	71
Y	Pearson Correlation	.139	.183	.533**	1
	Sig. (1-tailed)	.123	.064	.000	
	N	71	71	71	71

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

#### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Sales Metro TV selalu mengakomodasi kebutuhan pemasang iklan	4.38	.517	71
Sales Metro TV mampu selalu menjalin hubungan yang baik dengan klien	4.18	.543	71
Sales Metro TV bertanggung jawab terhadap paket iklan yang ditawarkan	4.15	.601	71
Sales Metro TV aktif melakukan penawaran iklan kepada klien	4.01	.765	71
Sales Metro TV cepat menanggapi keluhan klien	3.79	.558	71
Y	12.0563	1.29711	71

#### Correlations

	Sales Metro TV selalu mengakomodasi kebutuhan pemasang iklan	Sales Metro TV mampu menjalin hubungan yang baik dengan klien	Sales Metro TV bertanggung jawab terhadap paket iklan yang ditawarkan	Sales Metro TV aktif melakukan penawaran iklan kepada klien	Sales Metro TV cepat menanggapi keluhan klien	Y
Sales Metro TV selalu mengakomodasi kebutuhan pemasang iklan	1	.308**	.359**	.311**	.233	.308**
Sales Metro TV mampu menjalin hubungan yang baik dengan klien		1	.009	.002	.008	.009
Sales Metro TV bertanggung jawab terhadap paket iklan yang ditawarkan			1	.008	.051	.009
Sales Metro TV aktif melakukan penawaran iklan kepada klien				1	.051	.009
Sales Metro TV cepat menanggapi keluhan klien					1	.009
Y						1

iklan	N	71	71	71	71	71	71
Sales Metro	Pearson						
TV mampu	Correlatio	.308**	1	.525**	.647**	.271*	.290
selalu	n						
menjalin	Sig. (2-	.009		.000	.000	.022	.014
hubungan	tailed)						
yang baik	N	71	71	71	71	71	71
dengan klien	Pearson						
Sales Metro	Correlatio	.359**	.525**	1	.647**	.439**	.483
TV	n						
bertanggung	Sig. (2-	.002	.000		.000	.000	.000
jawab	tailed)						
terhadap	N	71	71	71	71	71	71
paket iklan	Pearson						
yang	Correlatio	.311**	.647**	.647**	1	.509**	.402
ditawarkan	n						
Sales Metro	Sig. (2-	.008	.000	.000		.000	.001
TV aktif	tailed)						
melakukan	N	71	71	71	71	71	71
penawaran	Pearson						
iklan kepada	Correlatio	.233	.271*	.439**	.509**	1	.510
klien	n						
Sales Metro	Sig. (2-	.051	.022	.000	.000		.000
TV cepat	tailed)						
menanggapi	N	71	71	71	71	71	71
keluhan klien	Pearson						
Y	Correlatio	.308**	.290*	.483**	.402**	.510**	1
	n						
	Sig. (2-	.009	.014	.000	.001	.000	
	tailed)						
	N	71	71	71	71	71	71

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

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

## 8. UJI T DAN UJI F

**Model Summary<sup>a</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.541 <sup>a</sup>	.293	.261	.59655

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.860	3	3.293	9.255	.000 <sup>b</sup>
	Residual	23.843	67	.358		
	Total	33.724	70			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.435	.629		.691	.492
	X1	-.077	.157	-.056	-.490	.626
	X2	.106	.122	.097	.870	.387
	X3	.589	.120	.531	4.903	.000

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1.9169	3.4199	2.6400	.37570	71
Std. Predicted Value	-1.925	2.076	.000	1.000	71
Standard Error of Predicted Value	.072	.273	.134	.045	71
Adjusted Predicted Value	1.8918	3.6338	2.6438	.38542	71
Residual	-1.40375	1.20776	.00000	.58363	71
Std. Residual	-2.353	2.025	.000	.978	71
Stud. Residual	-2.387	2.086	-.003	1.012	71
Deleted Residual	-1.44409	1.28226	-.00375	.62533	71
Stud. Deleted Residual	-2.476	2.141	-.006	1.025	71
Mahal. Distance	.047	13.667	2.958	2.643	71
Cook's Distance	.000	.154	.018	.027	71
Centered Leverage Value	.001	.195	.042	.038	71

a. Dependent Variable: Y

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.533 <sup>a</sup>	.285	.274	.59135

a. Predictors: (Constant), X3

b. Dependent Variable: Y

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	9.595	1	9.595	27.438	.000 <sup>b</sup>
Residual	24.129	69	.350		
Total	33.724	70			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.495	.416		1.190	.238
X3	.592	.113	.533	5.238	.000

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1.8940	3.3992	2.6400	.37023	71
Std. Predicted Value	-2.015	2.051	.000	1.000	71
Standard Error of Predicted Value	.072	.161	.096	.027	71
Adjusted Predicted Value	1.8382	3.4197	2.6401	.37125	71
Residual	-1.37994	1.15348	.00000	.58711	71
Std. Residual	-2.334	1.951	.000	.993	71
Stud. Residual	-2.359	1.983	.000	1.008	71
Deleted Residual	-1.40974	1.19181	-.00002	.60546	71
Stud. Deleted Residual	-2.442	2.027	-.003	1.020	71
Mahal. Distance	.040	4.205	.986	1.175	71
Cook's Distance	.000	.095	.016	.020	71
Centered Leverage Value	.001	.060	.014	.017	71

a. Dependent Variable: Y