

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. DESKRIFSI SUBYEK, OBYEK, DAN LOKASI PENELITIAN

1. Subyek Penelitian

Subyek penelitian merupakan informan penelitian yang memberikan jawaban angket.³⁸ Dalam hal ini yang menjadi subyek penelitian adalah mahasiswa Komunikasi angkatan 2010 Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Jurusan komunikasi angkatan 2010 ini memiliki tiga fokus jurusan di antaranya Advertising, Broadcasting, *Public Relation* di mana jurusan komunikasi angkatan 2010 ini memiliki lima kelas *Public Relation* memiliki dua kelas dan juga Broadcasting memiliki dua kelas sedang Advertising hanya memiliki satu kelas.

Informan yang di pilih dalam penelitian ini adalah mahasiswi yang pernah melihat iklan Garnier yang di bintanggi Laudya Chintya Bella.. kriteria lain dalam menentukan informan adalah informan yang memang sering mengikuti *trend* atau perkembangan entertainment.

Peneliti memilih mahasiswa komunikasi angkatan 2010 Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya sebagai subyek penelitian karena Garnier Liht Niht Cream merupakan produk

³⁸ Pedoman Teknis Penulisan S

yang mempunyai segmentasi pasar remaja di mana dalam hal ini subjek penelitian yang di ambil peneliti adalah mahasiswa yang memakai Garnier dari mahasiswa komunikasi fakultas dakwah angkatan 2010 IAIN sunan ampel Surabaya. Mahasiswa jurusan komunikasi angkatan 2010 ini mayoritas berumur antara 19-20 dimana dalam umur 19-20 masih di katagorikan remaja sehingga peneliti mengambil subyek diangkatan 2010 ini.

Adapun jumlah mahasiswi yang menjadi informan adalah mahasiswi komunikasi angkatan 2010 Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya yang berjumlah 113 mahasiswa.³⁹ Dan mahasiswa yang menjadi populasi adalah mahasiswa yang masih aktif di kampus dan yang mahasiswa yang sudah memakai produk Garnier.

Dalam pengambilan sampel, biasanya peneliti menentukan terlebih dahulu besarnya sampel untuk batasan. Hal ini berdasarkan pendapat Suharsimi Arikunto, apabila subjek penelitian kurang dari 100(<100) lebih baik di populasikan semuanya, hingga penelitian selanjutnya. Dan jika jumlah subjek lebih dari 100(>100) maka dapat di ambil antara 10%-25%atau 20%-25% mengingat populasi penelitian sebanyak 113 maka di ambil 25% menjadi 30 mahasiswa. Yang di ambil sebagai sampel penelitian adalah penelitian dengan menggunakan teknik sampel random sampling

³⁹ Data Internal Ilmu komunikasi

karena pengambilan anggota sampel dari populasi di lakukan secara acak tanpa memperhatikan kelas dan focus jurusan.

Berdasarkan hasil perhitungan pencarian sampel diatas, jika peneliti sudah meneliti 30 mahasiswa maka data yang diperoleh sudah dapat dipercaya 95% meskipun jumlah populasi seluruhnya ada 113orang

Adapun daftar informan yang menjadi subyek penelitian sebagai berikut:

Table 3.3

Daftar informan pada fokus jurusan advertising

No	Nama mahasiswi	Focus jurusan	Semester
1	Ma'rifatul Inayah	Advertising	IV
2	Hida	Advertising	IV
3	Selfany	Advertising	IV
4	Dian F	Advertising	IV
5	Indah Nurhidayah	Advertising	IV
6	Septian Riski CT	Advertising	IV
7	Aini	Advertising	IV
8	Lusiana	Advertising	IV
9	Selfi Imamatul M	Advertising	IV
10	Nur Wachidah	Advertising	IV

Tabel 3.4

Daftar informan pada fokus jurusan PR (*Public Relation*)

No	Nama Informan	Fokus Jurusan	Semester
1	Ita	<i>Public Relation</i>	IV
2	Masrurotin	<i>Public Relation</i>	IV
3	Siti. Samrutul P	<i>Public Relation</i>	IV
4	Julia Damayanti	<i>Public Relation</i>	IV
5	Hikmah Rofidah	<i>Public Relation</i>	IV
6	Eva Masy. Az.	<i>Public Relation</i>	IV
7	Anis	<i>Public Relation</i>	IV
8	Wildani Mafazza	<i>Public Relation</i>	IV
9	Minthuk Noer Hayati	<i>Public Relation</i>	IV
10	Nur Arieska Aisah	<i>Public Relation</i>	IV
11	Mizamanis Dianengsih	<i>Public Relation</i>	IV

Table 3.5

Daftar informan pada fokus jurusan broadcasting

No	Nama Informan	Fokus Jurusan	Semester
1	Rossi	Broudcating	IV
2	Ina	Broudcating	IV
3	Shyta	Broudcating	IV

4	Zafira	Broudcating	IV
5	Esti	Broudcating	IV
6	Nadia	Broudcating	IV
7	Nurul	Broudcating	IV
8	Qortun Nada	Broudcating	IV
9	Bibid	Broudcating	IV

2. Obyek Penelitian

Obyek penelitian merupakan aspek keilmuan komunikasi yang menjadi kajian penelitian. Obyek penelitian adalah pengaruh *celebrity endorser* Laudya Chintya Bella terhadap minat beli GAnier Light Night Crem.

Berikut adalah *celebrity endorser* iklan Garnier Light Night Crem.⁴⁰

⁴⁰ <http://profilseleb.blogspot.com/2008/12/laudya-chintya-bella.html> 29-mei-2012



Perawatan wajah sangat penting dilakukan wanita yang sibuk melakukan aktivitas sehari-hari. Sama halnya dengan telepon genggam yang harus di-charge, wajah pun perlu perawatan khusus. Alhasil, Anda pun bisa meraih wajah cerah dan segar dalam sekejap.





Adekan ini menunjukkan hasil Pemakai Garnier Light Night Cream merasakan wajah lebih halus dan segar di pagi hari. Dengan kandungan bahan-bahan alami, krim ini lembut & aman untuk dipakai setiap malam.



Adegan ini menunjukkan wajah sehat bisa diraih dengan berbagai macam cara. Tidak hanya dengan istirahat selama delapan jam sehari dan mengonsumsi vitamin c, tetapi pemakaian krim malam juga menjadi salah satu kebutuhan penting. Salah satunya memakai Garnier Light Night Cream. (4/2/2011) dilewatkan oleh Laudya Cynthia Bella dengan melakukan foto session untuk Campaign GARNIER terbaru. Pemotretan dilakukan di salah satu studio foto di Kemang. Pemotretan ini melengkapi rangkaian kampanye GARNIER 2011 dimana sebelumnya Bella sudah melakukan shooting TVC di Bangkok

Biografi bintang iklan garnier

Laudya Chintya Bella lahir di Bandung, 24 Februari 1988. Ia dikenal sebagai seorang aktris, bintang sinetron dari Indonesia. Laudya Chintya Bella artis dengan panggilan akrabnya bella ini merupakan bintang sinetron, film, maupun penyanyi di tanah air. Untuk hubungan asmara, Bella tercatat pernah menjalin kasih dengan Rivaldo, Rafi Ahmad dan cucu dari Presiden Soeharto, Panji Trihatmodjo. Dan saat ini pemeran sinetron PACARKU SUPERSTAR ini tengah menjalin hubungan dengan pembalap Ananda Mikola.

Lepas dari Ananda, Bella terlihat belum menggandeng siapapun. Ia lebih fokus di karirnya. Salah satunya melanjutkan

sukses sinetron CINTA BUNGA, Bunga kembali tampil di CINTA BUNGA 2. Kabarnya terjadi cinta lokasi antara Bunga dan lawan mainnya, Chico Yericho.

Bella memulai karir sebagai model dan bintang iklan, sebelum akhirnya berkecimpung di dunia akting. Bella pernah terpilih sebagai finalis majalah KAWANKU tahun 2002, namun namanya mulai dikenal saat berperan sebagai Biyan di film Melalui film VIRGIN ini pulalah, Melalui film VIRGIN ini pulalah, Bella yang belajar akting dari Eka D. Sitorus, pengasuh Sakti Acting School Jakarta, terpilih sebagai salah satu salah satu nominasi artis utama perempuan terbaik Festival Film Indonesia (FFI). Bella juga dinobatkan sebagai Aktris Terpuji pada Festival Film Bandung (FFB) 2004.

Bella yang pernah membintangi film CINTA REMAJA, LENTERA MERAH dan BUKAN BINTANG BIASA. Dan lewat sinetron JURAGAN JENGKOL, Bella berhasil menjadi aktris paling top versi SCTV Awards 2006. Mengenai hubungan asmara Bella tercatat pernah menjalin kasih dengan Rivaldo, Panji Trihatmodjo juga pembalap Ananda Mikola, dan kini dengan Chico Yericho cinta itu pun bersemi ketika acting bareng di sinetron bunga.

Beberapa Film yang di bintanginya antara lain Virgin (2004), Lentera merah (2006), Berbagi suami (2006), Bukan bintang biasa (2007) Love (2008) Kuntilanak 3 (2008) Suka ma suka (2009) Cowok bikin pusing (2011) Di bawah lindungan ka'bah (2011)

Adapun Sinetron yang pernah ia bintanginya Senandung masa puber. Kisah sedih di hari minggu. Cerita si angel. Cuek tapi cinta, Akulah arjuna The pakis 1. The pakis 2. Virgin the series. Juragan jengkol. Pengen jadi bintang Cinta remaja. Romantika remaja. Legenda episode bawang merah bawang putih. Bunga. Cinta bunga. Cinta bunga 2. Tasbih cinta. Amira. Cinta nia. Kesetiaan cinta. Kesucian cinta

Dan Bella juga membintangi Iklan XI (2008) Garnier (2010) dan memiliki Single yang Bella miliki adalah jodoh di tangan tuhan bersama Raffi Ahmad dan Bella juga membintangi Komedi Extravaganza ABG. Dan Bella juga memiliki Album Let's dance together (single 2006 bersama BBB) Soundtrack Bukan Bintang Biasa (2007). Bella juga di bilang wanita berprestasi ia memiliki prestasi yang membanggakan pernah memenngkan seperti Juara Favorit Putri Jawa 2003 Juara Model Kawanku 2002 Finalis Putri Bobo 1997 Aktris Favorit SCTV AWARD 2005 Juara 1 Model di Bandung

3. Lokasi Penelitian.

Lokasi penelitian merupakan tempat di lakukan penelitian. Lokasi penelitian ini bertempat kelas- kelas komunikasi angkatan 2010 fakultas dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Program Studi Ilmu Komunikasi merupakan program studi umum yang bernaung dalam payung Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya

Adapun Visi, Misi Tujuan dan Program Studi Ilmu Komunikasi adalah:⁴¹

1. Visi

Menjadi pusat pengembangan ilmu komunikasi yang unggul dan kompetitif

2. Misi

- Menyelenggarakan pendidikan ilmu komunikasi yang memiliki keunggulan dan daya saing internasional.
- Mengembangkan riset ilmu komunikasi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.
- Mengembangkan pola pelayanan dan pemberdayaan masyarakat perspektif ilmu komunikasi.

⁴¹www.sunan-ampel.ac.id 05/06/2012

3. Tujuan

- Menghasilkan lulusan yang memiliki standar kompetensi akademik di bidang ilmu komunikasi secara profesional.
- Menghasilkan riset yang unggul dan kompetitif di bidang ilmu komunikasi.
- Menghasilkan pola pelayanan dan pemberdayaan masyarakat berbasis moralitas agama dan norma-norma sosial.

Adapun focus jurusan ilmu komunikasi dan tujuan dari focus jurusan ilmu komunikasi sebagai berikut:

Broadcasting Memiliki kemampuan bekerja sebagai tenaga perencana, pengatur, pengawas, dan pelaksana kegiatan di bidang penyiaran radio dan televisi, memiliki masa depan, memiliki kemampuan bekerja/ mengelola usaha di bidang radio dan televisi, dan memiliki kemampuan bekerja sebagai akademisi di bidang ilmu komunikasi.

Adapun tujuan yang dimiliki Public Relations adalah memiliki kemampuan bekerja sebagai tenaga perencana, pengatur, pengawas, dan pelaksana di bidang kehumasan memiliki kemampuan merumuskan, mengantisipasi, dan menyelesaikan masalah di bidang kehumasan. memiliki kemampuan mengelola usaha di bidang kehumasan. memiliki kemampuan mengembangkan aplikasi komunikasi pemasaran dan kehumasan

di masa depan. memiliki kemampuan bekerja sebagai tenaga akademisi di bidang ilmu komunikasi.

Sedang Advertising memiliki beberapa tujuan seperti memiliki kemampuan bekerja sebagai tenaga perencana, pengatur, pengawas dan pelaksana kegiatan bidang periklanan. memiliki kemampuan merumuskan, mengantisipasi, dan menyelesaikan masalah di bidang periklanan. memiliki kemampuan mengelola usaha di bidang periklanan, memiliki kemampuan mengembangkan aplikasi komunikasi pemasaran dan komunikasi kreatif periklanan di masa depan, Memiliki kemampuan bekerja sebagai tenaga akademisi di bidang komunikasi. kemampuan merumuskan, mengantisipasi, dan menyelesaikan masalah di bidang penyiaran radio dan televisi, memiliki kemampuan mengembangkan aplikasi komunikasi terapan untuk radio dan televisi serta dapat mengikuti perkembangan teknologi komunikasi.

B. DESKRIFSI DATA PENELITIAN

Sebelum data di sajikan sebagai mana tujuan penelitian yaitu mengetahui ada tidaknya pengaruh *celebrity endorser* Laudya Chintya Bella Terhadap minat beli Garnier Light Night Craem. Data yang di sajikan adalah data dari kuesioner yang telah menjadi sampel dalam penelitian ini. Untuk variabel bebas (X) delapan item pertanyaan, sedangkan untuk variabel terikat (Y) enam item

pertanyaan. Dalam setiap pertanyaan dua alternatif jawaban, di harapkan informan mampu mrrmberi jawaban yang relevan terhadap pokok-pokok pertanyaan tersebut.

Adapun bobot dari jawaban:

Variabel bebas (X)

- a. 2 (ya)
- b. 0 (tidak)

Variabel terikat (Y)

- a. 2 (ya)
- b. 0 (tidak)

Tabel 1.6

Daftar hasil scala jawaban penyebaran angket

Variabel bebas (X)									
No	1	2	3	4	5	6	7	8	Jumlah
1	2	0	2	2	0	2	2	2	12
2	2	2	2	2	2	2	0	0	12
3	2	0	0	0	0	2	0	0	4
4	2	2	2	2	2	2	2	2	16
5	2	0	2	0	0	2	0	0	6
6	2	0	2	2	0	2	0	0	8
7	2	2	2	2	2	2	0	0	12
8	0	0	2	2	0	2	0	0	6

9	0	0	2	X	0	2	0	0	4
10	2	2	2	2	0	0	2	2	12
11	2	2	2	2	2	2	2	2	16
12	2	2	2	2	2	2	2	2	16
13	2	0	0	0	0	2	0	0	4
14	2	2	0	0	2	2	2	2	12
15	2	2	2	2	2	2	2	2	16
16	2	2	2	2	2	2	2	2	16
17	2	0	2	2	0	2	0	0	8
18	2	0	2	0	0	2	0	0	6
19	2	0	2	2	0	0	0	0	6
20	2	0	2	2	0	2	0	0	8
21	2	0	0	2	0	0	0	0	4
22	2	0	2	2	0	2	2	0	10
23	2	0	0	0	0	0	0	0	2
24	2	0	0	0	0	0	0	0	2
25	2	2	2	2	2	2	0	0	12
26	2	0	2	0	2	2	2	2	12
27	2	2	2	2	2	2	2	2	16
28	2	2	2	2	0	2	0	0	10
29	2	2	2	2	2	2	2	2	16
30	2	0	2	0	0	0	0	2	8
Total									292



Variabel Terikat Y					
No	1	2	3	4	Jumlah
1	2	0	2	2	6
2	0	2	0	2	4
3	2	0	0	2	4
4	2	0	0	2	4
5	2	2	2	2	8
6	0	0	2	0	2
7	2	2	2	2	8
8	2	0	2	2	6
9	2	2	2	2	8
10	0	2	2	2	6
11	0	2	2	2	6
12	2	2	0	2	6
13	2	2	2	2	8
14	2	2	0	2	6

15	2	2	2	0	6
16	0	0	0	0	0
17	0	0	2	0	2
18	0	2	0	0	2
19	2	2	0	0	4
20	0	0	0	0	0
21	2	2	0	0	4
22	2	2	0	0	4
23	2	2	0	0	4
24	2	2	0	0	4
25	0	0	2	2	4
26	0	0	0	0	0
27	0	0	2	2	4
28	2	0	0	0	8
29	2	2	0	0	4
30	2	2	0	0	4
Total					130

Sebelum informan menjawab pertanyaan dalam kuesioner pada bagian awal informan di minta untuk mengisi nama dan di minta mendatangi kuesioner tersebut.

Adpun deskripsi data penelitian variabel bebas (X) sebagai berikut:

- I. Apakah anda mengenal bintang iklan Garnier Laudya Chintya Bella?

Table 1.7

Jawaban Kuesioner variabel Bebas (X) No 1

No	Jawaban	Jumlah	Keterangan
1	YA	28	
2	TIDAK	2	
3	TIDAK JELAS	-	

Informan yang menyatakan YA sebanyak 28 informan sedangkan informan yang menyatakan TIDAK hanya 2 informan dari 30 informan yang menjadi sampel penelitian. Dari table diatas dapat dikatakan bahwa informan menyatakan mengenal pada bintang iklan Garnier Light Night Crem Laudya Chintya Bella.

- II. Apakah anda tertarik pada iklan yang di bintang oleh artis Laudya Chintya Bella?

Tabel 1.8

Jawaban Kuesioner Variabel Bebas (X) No 2

No	Jawaban	Jumlah	Keterangan
1	YA	13	
2	TIDAK	17	
3	TIDAK JELAS	-	

Informan yang menyatakan YA sebanyak 13 informan sedangkan informan yang menyatakan TIDAK sebanyak 17 informan, dari table di atas dapat disimpulkan bahwa bintang iklan Garnier Light Night Crem tidak menarik perhatian informan sehingga hasil dari jawaban informan lebih banyak tidak tertarik terhadap bintang iklan Garnier.

- III. Apakah bintang iklan Laudya Chintya Bella sesuai dengan dengan prodak Garnier yang ia dukung?

Tabel 1.9

Jawaban Kuesioner Variabel Bebas(X) No 3

No	Jawaban	Jumlah	Keterangan
1	YA	24	
2	TIDAK	6	

3	TIDAK JELAS	-	
---	----------------	---	--

Informan yang menjawab YA sebanyak 24 informan sedangkan informan yang menjawab TIDAK hanya 6 informan, mayoritas informan menyatakan bahwa bintang iklan Laudya Chintya Bella sesuai dengan produk Garnier itu yaitu mencerahkan, menghilaqngkan flek hiatam, terbukti bintang iklan Garnier memiliki wajah yang cerah, mulus dan cantik.

- IV. Apakah anda suka pada artis Laudya Chintya Bella menjadi bintang iklan Garnier?

Tabel 1.10

Jawaban Kuesioner Variabel Bebas (X)No 4

No	Jawaban	Jumlah	Keterangan
1	YA	21	
2	TIDAK	8	
3	TIDAK JELAS	1	

Informan yang mewnyatakan YA sebanyak 21informan sedangkan informan yang menyatakan TIDAK hanya 6 informan dan informan yang menyatakan di luar pilihan yang ada yaitu

menjawab biasa saja hanya 1 informan. Maka dari itu mayoritas informan yang menyatakan YA karena informan performan artis cantik Laudya Chintya Bella menjadi bintang iklan Garnier, dimana jika melihat pernyataan table no 6 bahwasanya bintang iklan Laudya Sintia Bella mampu menyampaikan informasi tetang produk yang di dukung.

- V. Apakah anda percaya terhadap pesan yang di sampaikan oleh artis Laudya Chintya Bella pada iklan Garnier

Tabel 1.11

Jawaban Kuesionervariabel Bebas (X)No 5

No	Jawaban	Jumlah	Keterangan
1	YA	12	
2	TIDAK	18	
3	TIDAK JELAS	-	

Informan yang menyatakan YA sebanyak 12 informan sedangkan informan yang menyatakan tidak sebanyak 18 informan melihat dari table 3 dan 4 di atas dapat di tunjukkanbahwa mayoritas informanmenyatakan suka akan tetapi informan tidak percaya terhadap pesan yang disampaikan oleh bintang iklan Garnier Laudya Chintya Bella.

- VI. Apakah artis Laudya Chintya Bella mampu menyampaikan informasi tentang produk Garnier?

Tabel 1.12

Jawaban Kuesioner Variabel Bebas (X)No 6

No	Jawaban	Jumlah	Keterangan
1	YA	24	
2	TIDAK	6	
3	TIDAK JELAS	-	

Informan yang menyatakan YA sebanyak 24 informan sedangkan informan yang menyatakan TIDAK hanya 6 informan dari 30 sampel informan. Dapat di lihat dari table di atas bahwasanya informan menyatakan bintang iklan Garnier Light Night Crem Laudya Chintya Bella mampu menyampaikan informasi tentang produk Garnier. Hal ini terjadi karena iklan yang di bintanginya artis cantik Laudya Sintia Bella sangat berguna bagi informan untuk mendapatkan infoormasi tentang produk dan bahan perbandingan antara produk yang satu dengan yang lain.

- VII. Apakah artis Laudya Chintya Bella memotivasi anda untuk membeli produk Garnier?

Tabel 1.13

Jawaban Kuesioner Variabel Bebas (X) No 7

No	Jawaban	Jumlah	Keterangan
1	YA	12	
2	TIDAK	18	
3	TIDAK JELAS	-	

Informan yang menyatakan YA lebih kecil dari pada informan yang menyatakan tidak yaitu hanya 12 informan sedangkan informan yang menjawab TIDAK sebanyak 18 informan dari 30 sampel yang di sebar. Melihat table di atas bintang iklan Garnier Laudya Chintya Bella tidak memotivasi informan untuk membeli produk yang di dukung oleh artis cantik Laudya Sintia Bella tersebut.

- VIII. Apakah anda merespon iklan Garnier yang di bintang artis Laudya Chintya Bella?

Tabel 1.14

Jawaban Kuesioner Variabel Bebas (X) No 8

No	Jawaban	Jumlah	Keterangan
1	YA	12	

2	TIDAK	18	
3	TIDAK JELAS	-	

Informan yang menyatakan YA hanya 12 informan sedangkan informan yang menjawab TIDAK lebih banyak dari pada informan yang menjawab YA yaitu 18 informan. Kebanyakan informan tidak merespon iklan Garnier karena menurut mereka iklan Garnier yang di bintanginya artis cantik Laudya Chintya Bella tidak menarik sehingga informan tidak merespon terhadap iklan Garnier tersebut.

Sedangkan deskripsi data variabel terikat (Y) sebagai berikut:

- IX.** Apakah anda memperhatikan iklan Garnier karena bintang iklanya Laudya Chintya Bella?

Tabel 1.15

Jawaban kuesioner variabel terikat (Y)no 9

No	Jawaban	Jumlah	Keterangan
1	YA	18	
2	TIDAK	12	
3	TIDAK JELAS		

Informan yang menjawab YA sebanyak 18 informan sedangkan informan yang menjawab TIDAK sebanyak 12 informan, informan melihat atau memperhatikan iklan karena informan merasa suka terhadap bintang iklan Garnier Light Night Crem hal ini terbukti dari tabel di atas bahwasanya informan lebih suka melihat bintang iklannya dari pada melihat iklannya.

- X. Apakah iklan Garnier yang di bintang artis Laudya Chintya Bella menarik perhatian anda?

Tabel 1.16

Jawaban kuesioner variabel terikat (Y) no 10

No	Jawaban	Jumlah	Keterangan
1	YA	20	
2	TIDAK	10	
3	TIDAK JELAS		

Informan yang menjawab YA sebanyak 20 informan sedangkan informan yang menjawab TIDAK 10 informan. Informan yang menjawab, informan menjawab YA bukan karena iklannya akan tetapi informan menjawab ya karen kebanyakan dari informan itu suka dan fan dari arti Laudya Chintya Bella .

- XI.** Apakah anda mempunyai hasrat untuk membeli produk Garnier karena iklannya di bintangai artis Laudya Chintya Bella?

Tabel 1.17

Jawaban kuesioner variabel terikat (Y) no 11

No	Jawaban	Jumlah	Keterangan
1	YA	11	
2	TIDAK	19	
3	TIDAK JELAS		

Informan yang menjawab YA sebanyak 11 informan sedangkan informan yang menjawab TIDAK sebanyak 19 informan. Menurut informan, informan tidak mempunyai keinginan untuk membeli akan tetapi merka suka terhadap artisnya saja.

- XII.** Apakah anda memutuskan membeli Garnier setelah melihat iklan Garnier yang di bintangai artis Laudya Chintya Bella?

Tabel 1.18

Jawaban kuesioner variabel terikat (Y) no 12

No	Jawaban	Jumlah	Keterangan
1	YA	21	
2	TIDAK	9	
3	TIDAK JELAS	-	

Informan yang menjawab YA sebanyak 29 informan sedangkan informan yang menjawab TIDAK sebanyak 9 informan, karena menurut informan iklan produk Garnier tidak menarik mereka hanya suka pada artisnya Laudya Chintya Bella.