

LAMPIRAN

LAPIRAN 1

PRASURVEY

Kepada Yth, Bapak/Ibu/Saudara/i

Di tempat

Dengan Hormat,

Bersama ini saya sampaikan bahwa saya :

Nama : Ghea Fitri Tanzilla

NPM : 1612110346

Mahasiswi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Lampung, sedang melakukan penelitian dalam penulisan skripsi mengenai "ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN REDDOORZ MENGGUNAKAN AISAS MODEL".

Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i, agar dapat meluangkan waktu untuk mengisi pra survey kuesioner ini. pra survey kuesioner ini adalah salah satu sarana untuk memperoleh data yang diperlukan untuk penulisan skripsi. semua informasi yang anda berikan dijamin kerahasiaannya.

saya sangat menghargai pengorbanan waktu dan sumbangan pemikiran Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini. oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih, semoga bantuan dan amal baik Bapak/Ibu/Saudara/i mendapat imbalan dari Allah SWT. Aamiin.

Bandar Lampung, Februari 2020

peneliti

(Ghea F Tanzilla)

IDENTITAS RESPONDEN

Mohon Bapak/Ibu/ Saudara/i memberi tanda (v) pada jawaban berikut ini:

NAMA :

UMUR :

17 – 25 tahun 35 – 43 tahun

26 – 34 tahun > 44 tahun

JENIS KELAMIN:

Laki – Laki Perempuan

PEKERJAAN :

Pelajar/Mahasiswa Wiraswasta

Belum Bekerja Ibu Rumah Tangga

PNS Lainnya

menonton youtube

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ya	30	100.0	100.0	100.0

berapa kali menonton youtube

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3 kali	30	100.0	100.0	100.0

mengetahui iklan reddoorz

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ya	29	96.7	96.7	96.7
Valid tidak	1	3.3	3.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

tonton atau skip

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tonton	26	86.7	86.7	86.7
Valid skip	4	13.3	13.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Lampiran 2

Nama Objek : RedDoorz



KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth, Bapak/Ibu/Saudara/i

Di tempat

Dengan Hormat,

Bersama ini saya sampaikan bahwa saya :

Nama : Ghea Fitri Tanzilla

NPM : 1612110346

Mahasiswi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Lampung, sedang melakukan penelitian dalam penulisan skripsi mengenai **"ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN REDDOORZ MENGGUNAKAN AISAS MODEL"**.

Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i, agar dapat meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. kuesioner ini adalah salah satu sarana untuk memperoleh data yang diperlukan untuk penulisan skripsi.

Saya sangat menghargai pengorbanan waktu dan sumbangan pemikiran Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini. oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih, semoga bantuan dan amal baik Bapak/Ibu/Saudara/i mendapat imbalan dari Allah SWT. Aamiin.

Bandar Lampung, Februari 2020

Peneliti

(Ghea F Tanzilla)

KARAKTERISTIK RESPONDEN

A. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan teliti dan pahami terlebih dahulu pernyataan yang diajukan serta pilihlah satu jawaban yang paling sesuai
2. Jawablah masing-masing pernyataan dengan jujur sesuai dengan Anda rasakan dan wajib mengisi semua pernyataan
3. Berilah tanda (√) pada kotak untuk masing-masing pernyataan dengan jujur sesuai dengan apa yang Anda rasakan. Berikut adalah alternatif jawabannya :

- 1 : Sangat Tidak Setuju
- 2 : Tidak Setuju
- 3 : Netral
- 4 : Setuju
- 5 : Sangat Setuju

B. KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. : sudah berusia 17 tahun
2. : sudah menonton iklan RedDoorz di Youtube minimal 3 kali
3. : Berdomisili di Bandar Lampung

Hasil penelitian ini hanya untuk kepentingan akademis saja. Identitas diri anda akan dirahasiakan dan hanya diketahui oleh peneliti.

IDENTITAS RESPONDEN

Mohon Bapak/Ibu/ Saudara/i memberi tanda (v) pada jawaban berikut ini:

NAMA :

UMUR :

- 17 – 25 tahun 35 – 43 tahun
 26 – 34 tahun > 44 tahun

JENIS KELAMIN:

- Laki – Laki Perempuan

PEKERJAAN :

- Pelajar/Mahasiswa Wiraswasta
 Belum Bekerja Ibu Rumah Tangga
 PNS Lainnya

PENGHASILAN

- Kurang dari Rp 1.000.000
 >Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000
 >Rp 3.000.000 – Rp 7.000.000
 >Rp 7.000.000 – Rp 12.000.000
 Lebih dari Rp 12.000.000

Sudah pernah menonton iklan RedDoorz di youtube?

- belum sudah

Berapa kali menonton iklan RedDoorz di youtube?

- 1 kali 2 kali 3 kali >4 kali

PERNYATAAN KUESIONER

1. Attention (Perhatian)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Saya memberikan perhatian terhadap iklan RedDoorz versi #BisaAja melalui Youtube					
2.	Saya memperhatikan konten yang di tampilkan pada iklan RedDoorz versi #BisaAja di Youtube					
3.	Saya memperhatikan aplikasi RedDoorz yang di perkenalkan melalui iklan RedDoorz versi #BisaAja					

2. Interest (Ketertarikan)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Saya menyukai isi iklan RedDoorz versi #BisaAja di Youtube					
2.	Saya tertarik terhadap informasi yang ditampilkan pada iklan RedDoorz versi #BisaAja					

3. Search (Pencarian)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Saya melakukan pencarian lebih lanjut terhadap iklan RedDoorz Versi #BisaAja					
2.	Saya mempelajari iklan RedDoorz versi #BisaAja lebih dalam					

4. Action (Tindakan)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Saya memiliki keinginan untuk menggunakan aplikasi RedDoorz yang diperkenalkan melalui iklan RedDoorz versi #BisaAja di Youtube					
2.	Saya mempertimbangkan untuk menggunakan aplikasi RedDoorz yang diperkenalkan melalui iklan RedDoorz versi #BisaAja di Youtube					
3.	Saya menggunakan aplikasi RedDoorz yang diperkenalkan melalui iklan RedDoorz versi #BisaAja di Youtube					

5. Share (Penyebaran Informasi)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Saya percaya terhadap informasi yang ditampilkan oleh iklan					

	RedDoorz versi #BisaAja di Youtube					
2.	Saya membagikan informasi yang ada pada iklan RedDoorz versi #BisaAja melalui tatap muka					
3.	Saya memberikan informasi iklan RedDoorz versi #BisaAja dengan melakukan update status di sosial media					

Lampiran 3

JAWABAN KUESIONER RESPONDEN

1. Attention

NO	P1	P2	P3	Total Skor1
1	4	4	4	12
2	4	5	5	14
3	4	4	4	12
4	4	4	5	13
5	4	5	5	14
6	4	4	5	13
7	4	4	4	12
8	5	4	4	13
9	4	4	4	12
10	5	4	3	12
11	4	4	4	12
12	4	3	4	11
13	4	4	4	12
14	4	4	4	12
15	4	4	3	11
16	4	4	4	12
17	4	4	4	12
18	4	4	5	13
19	4	4	4	12
20	4	4	4	12
21	4	3	4	11
22	4	4	4	12
23	4	5	3	12
24	5	5	5	15
25	3	4	4	11
26	4	4	3	11
27	4	4	4	12
28	5	4	5	14
29	4	4	4	12
30	5	4	4	13
31	5	3	3	11

32	5	5	4	14
33	5	4	4	13
34	4	4	4	12
35	4	4	5	13
36	4	5	4	13
37	4	4	5	13
38	4	4	5	13
39	5	5	5	15
40	4	5	4	13
41	4	5	4	13
42	4	4	4	12
43	3	3	5	11
44	4	4	4	12
45	4	5	5	14
46	5	5	5	15
47	4	5	5	14
48	4	4	4	12
49	5	4	4	13
50	5	4	4	13
51	5	4	5	14
52	4	4	4	12
53	4	4	4	12
54	4	4	4	12
55	5	4	4	13
56	5	4	4	13
57	4	4	4	12
58	5	3	4	12
59	4	4	4	12
60	4	4	4	12
61	4	4	4	12
62	5	4	3	12
63	3	3	3	9
64	4	4	4	12
65	4	4	4	12
66	4	4	4	12
67	3	5	4	12
68	4	4	4	12
69	4	3	4	11
70	4	4	4	12
71	3	3	3	9
72	4	4	4	12

73	4	4	4	12
74	4	4	5	13
75	4	4	3	11
76	4	4	4	12
77	4	4	5	13
78	5	4	4	13
79	3	3	3	9
80	4	4	3	11
81	4	4	4	12
82	4	4	3	11
83	4	4	3	11
84	4	4	5	13
85	4	3	4	11
86	4	4	5	13
87	5	4	4	13
88	4	4	4	12
89	4	4	4	12
90	4	3	4	11
91	5	3	3	11
92	4	4	3	11
93	4	5	2	11
94	5	5	5	15
95	4	4	4	12
96	4	4	4	12
97	4	4	4	12
98	4	4	4	12
99	3	4	2	9
100	4	4	4	12
RATA- RATA	4.14	4.03	4.02	

2. Interest

NO	p4	p5	total skor 2
1	4	4	8
2	4	4	8
3	4	4	8
4	5	4	9
5	4	4	8

6	5	5	10
7	5	5	10
8	4	4	8
9	4	4	8
10	4	4	8
11	3	5	8
12	5	2	7
13	4	4	8
14	5	5	10
15	3	4	7
16	4	4	8
17	5	5	10
18	3	3	6
19	5	4	9
20	4	4	8
21	3	3	6
22	4	4	8
23	5	5	10
24	5	5	10
25	5	4	9
26	5	4	9
27	5	5	10
28	5	5	10
29	5	4	9
30	5	4	9
31	4	4	8
32	5	4	9
33	5	4	9
34	4	4	8
35	5	4	9
36	5	4	9
37	5	4	9
38	4	4	8
39	4	4	8
40	5	4	9
41	4	4	8
42	5	3	8
43	5	5	10
44	5	4	9
45	3	5	8
46	5	5	10

47	5	4	9
48	5	3	8
49	4	4	8
50	5	4	9
51	4	5	9
52	5	5	10
53	4	4	8
54	4	4	8
55	4	4	8
56	4	3	7
57	4	4	8
58	4	4	8
59	4	4	8
60	4	4	8
61	4	4	8
62	3	3	6
63	4	4	8
64	5	5	10
65	4	4	8
66	4	4	8
67	5	4	9
68	4	4	8
69	4	4	8
70	4	4	8
71	3	3	6
72	5	4	9
73	4	5	9
74	4	4	8
75	4	4	8
76	4	4	8
77	4	4	8
78	4	4	8
79	4	4	8
80	5	4	9
81	5	4	9
82	4	4	8
83	4	4	8
84	4	4	8
85	5	4	9
86	5	5	10
87	4	4	8

88	5	4	9
89	5	4	9
90	5	5	10
91	4	5	9
92	3	3	6
93	3	3	6
94	5	5	10
95	4	4	8
96	5	5	10
97	5	4	9
98	4	4	8
99	2	3	5
100	5	5	10
RATA- RATA	4.32	4.1	

3. Search

NO	p6	p7	total skor3
1	5	4	9
2	5	5	10
3	4	4	8
4	4	4	8
5	5	5	10
6	5	4	9
7	5	5	10
8	5	5	10
9	5	4	9
10	5	4	9
11	4	5	9
12	3	2	5
13	4	4	8
14	4	5	9
15	4	5	9
16	4	4	8
17	4	4	8
18	3	3	6
19	5	4	9
20	4	4	8
21	4	4	8
22	4	4	8
23	5	4	9

24	5	5	10
25	5	4	9
26	5	4	9
27	5	3	8
28	5	4	9
29	4	4	8
30	5	5	10
31	5	5	10
32	5	4	9
33	3	3	6
34	3	3	6
35	5	5	10
36	3	4	7
37	4	4	8
38	4	4	8
39	5	5	10
40	5	4	9
41	5	5	10
42	5	5	10
43	3	3	6
44	5	5	10
45	5	4	9
46	5	4	9
47	5	5	10
48	5	4	9
49	4	4	8
50	5	4	9
51	5	5	10
52	5	4	9
53	4	5	9
54	4	4	8
55	4	4	8
56	4	4	8
57	4	4	8
58	4	4	8
59	4	5	9
60	3	3	6
61	4	4	8
62	4	4	8
63	5	4	9
64	4	4	8

65	5	4	9
66	5	4	9
67	4	4	8
68	4	4	8
69	4	4	8
70	4	4	8
71	3	3	6
72	5	4	9
73	4	4	8
74	4	5	9
75	4	4	8
76	4	4	8
77	4	4	8
78	4	4	8
79	4	5	9
80	5	3	8
81	4	4	8
82	5	3	8
83	5	4	9
84	5	5	10
85	4	4	8
86	4	4	8
87	5	4	9
88	5	3	8
89	5	5	10
90	4	4	8
91	4	4	8
92	3	3	6
93	5	5	10
94	4	4	8
95	4	4	8
96	4	4	8
97	5	4	9
98	4	4	8
99	4	3	7
100	5	5	10
RATA- RATA	4.36	4.11	

4. Action

NO	p8	p9	p10	total skor 4
1	4	4	4	12
2	4	4	4	12
3	4	5	4	13
4	5	5	5	15
5	5	5	5	15
6	4	4	4	12
7	5	4	4	13
8	4	4	4	12
9	4	4	4	12
10	4	4	4	12
11	4	4	3	11
12	4	4	3	11
13	4	4	4	12
14	4	5	4	13
15	4	4	2	10
16	4	4	4	12
17	4	4	4	12
18	4	4	4	12
19	4	4	4	12
20	4	4	4	12
21	3	4	4	11
22	4	4	4	12
23	5	5	4	14
24	5	5	5	15
25	4	4	4	12
26	5	4	4	13
27	5	5	4	14
28	4	4	4	12
29	5	4	4	13
30	5	5	5	15
31	5	4	4	13
32	5	4	5	14
33	4	4	4	12
34	4	3	3	10
35	5	5	5	15
36	5	4	4	13
37	5	4	5	14

38	4	4	5	13
39	4	5	4	13
40	5	4	4	13
41	4	5	5	14
42	5	5	4	14
43	5	4	5	14
44	4	4	4	12
45	5	4	4	13
46	5	4	4	13
47	5	4	5	14
48	4	4	4	12
49	5	4	5	14
50	5	5	4	14
51	5	4	5	14
52	5	5	5	15
53	5	5	5	15
54	4	4	4	12
55	4	4	4	12
56	4	4	4	12
57	4	4	5	13
58	4	3	4	11
59	4	4	4	12
60	3	3	3	9
61	5	5	5	15
62	3	5	5	13
63	3	3	3	9
64	4	4	4	12
65	4	4	4	12
66	5	4	5	14
67	5	5	5	15
68	4	4	4	12
69	4	4	4	12
70	5	4	5	14
71	4	4	4	12
72	5	4	4	13
73	5	4	4	13
74	4	4	4	12
75	4	4	4	12
76	4	4	4	12
77	4	4	4	12
78	4	4	4	12

79	4	4	3	11
80	5	5	3	13
81	4	4	4	12
82	4	4	5	13
83	5	5	3	13
84	5	4	4	13
85	5	5	3	13
86	5	5	3	13
87	4	4	4	12
88	5	4	4	13
89	5	4	4	13
90	4	4	3	11
91	5	4	3	12
92	3	3	3	9
93	2	4	3	9
94	5	4	4	13
95	5	4	4	13
96	5	4	4	13
97	5	4	5	14
98	4	4	4	12
99	4	3	3	10
100	5	5	5	15
RATA- RATA	4.37	4.17	4.07	

5. Share

NO	p11	p12	p13	total skor5
1	3	3	3	9
2	4	4	4	12
3	4	4	3	11
4	4	4	4	12
5	4	4	4	12
6	5	3	3	11
7	5	3	4	12
8	5	3	3	11
9	5	3	4	12
10	4	3	4	11
11	5	4	4	13
12	3	4	5	12

13	5	4	4	13
14	5	4	5	14
15	4	5	3	12
16	4	4	4	12
17	5	5	5	15
18	4	4	5	13
19	5	5	5	15
20	4	4	4	12
21	3	4	3	10
22	4	4	4	12
23	4	4	4	12
24	5	5	5	15
25	5	4	4	13
26	5	3	3	11
27	5	4	4	13
28	5	4	5	14
29	5	4	4	13
30	5	3	4	12
31	5	5	5	15
32	4	4	4	12
33	5	3	4	12
34	4	4	4	12
35	5	5	5	15
36	5	5	4	14
37	4	4	4	12
38	5	4	5	14
39	5	4	4	13
40	5	4	4	13
41	5	4	4	13
42	5	3	3	11
43	4	4	4	12
44	5	3	3	11
45	5	3	3	11
46	5	4	4	13
47	4	4	5	13
48	5	3	2	10
49	5	4	4	13
50	4	5	5	14
51	4	5	4	13
52	5	3	4	12
53	4	3	3	10

54	4	4	4	12
55	5	3	3	11
56	5	4	4	13
57	4	3	3	10
58	4	3	3	10
59	4	3	3	10
60	3	4	2	9
61	4	3	3	10
62	5	3	2	10
63	5	3	2	10
64	5	5	3	13
65	5	3	3	11
66	5	3	3	11
67	4	3	3	10
68	3	3	3	9
69	5	3	3	11
70	4	4	4	12
71	4	3	3	10
72	5	4	3	12
73	4	4	4	12
74	4	3	3	10
75	4	3	3	10
76	4	3	3	10
77	3	3	3	9
78	4	3	3	10
79	4	4	4	12
80	4	4	4	12
81	5	4	3	12
82	3	4	4	11
83	4	3	3	10
84	5	5	5	15
85	4	4	4	12
86	4	4	4	12
87	5	4	4	13
88	3	3	3	9
89	5	5	4	14
90	4	2	2	8
91	4	3	3	10
92	3	3	3	9
93	5	3	2	10
94	5	4	3	12

95	5	3	3	11
96	5	4	4	13
97	3	3	3	9
98	4	4	4	12
99	3	3	3	9
100	5	5	4	14
RATA- RATA	4.38	3.7	3.63	

Lampiran 4

Karakteristik Responden

1. karakteristik responden berdasarkan umur

		UMUR			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25	58	58.0	58.0	58.0
	26-34	28	28.0	28.0	86.0
	35-43	12	12.0	12.0	98.0
	>44	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

2. karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

		JENIS KELAMIN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	49	49.0	49.0	49.0
	PEREMPUAN	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

3. karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

		PEKERJAAN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PELAJAR/MAH ASISWA	44	44.0	44.0	44.0
	BELUM BEKERJA	11	11.0	11.0	55.0
	PNS	3	3.0	3.0	58.0
	WIRASWASTA	24	24.0	24.0	82.0
	IBU RUMAH TANGGA	11	11.0	11.0	93.0
	LAINNYA	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

4. karakteristik responden berdasarkan penghasilan

PENGHASILAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KURANG DARI Rp 1.000.000	48	48.0	48.0	48.0
	>Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	32	32.0	32.0	80.0
	>Rp 3.000.000 - Rp 7.000.000	17	17.0	17.0	97.0
	> Rp 7.000.000 - Rp 12.000.000	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

SUDAH MENONTON

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SUDAH	100	100.0	100.0	100.0

BERAPA KALI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	62	62.0	62.0	62.0
	4	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 5

UJI VALIDITAS

1. ATTENTION

		Correlations			
		PERNYATAAN 1	PERNYATAAN 2	PERNYATAAN 3	TOTAL SKOR 1
PERNYATAAN 1	Pearson Correlation	1	.129	.078	.547**
	Sig. (2-tailed)		.495	.680	.002
	N	30	30	30	30
PERNYATAAN 2	Pearson Correlation	.129	1	.227	.652**
	Sig. (2-tailed)	.495		.227	.000
	N	30	30	30	30
PERNYATAAN 3	Pearson Correlation	.078	.227	1	.753**
	Sig. (2-tailed)	.680	.227		.000
	N	30	30	30	30
TOTAL SKOR 1	Pearson Correlation	.547**	.652**	.753**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

2. INTEREST

		Correlations		
		PERNYATAAN 4	PERNYATAAN 5	TOTAL SKOR 2
PERNYATAAN 4	Pearson Correlation	1	.355	.828**
	Sig. (2-tailed)		.054	.000
	N	30	30	30
PERNYATAAN 5	Pearson Correlation	.355	1	.818**
	Sig. (2-tailed)	.054		.000
	N	30	30	30
TOTAL SKOR 2	Pearson Correlation	.828**	.818**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

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

3. SEARCH

Correlations

		PERNYATAAN 6	PERNYATAAN 7	TOTAL SKOR 3
PERNYATAAN 6	Pearson Correlation	1	.445*	.832**
	Sig. (2-tailed)		.014	.000
	N	30	30	30
PERNYATAAN 7	Pearson Correlation	.445*	1	.867**
	Sig. (2-tailed)	.014		.000
	N	30	30	30
TOTAL SKOR 3	Pearson Correlation	.832**	.867**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

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

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

4. ACTION

Correlations

		PERNYATAAN 8	PERNYATAAN 9	PERNYATAAN 10	TOTAL SKOR 4
PERNYATAAN 8	Pearson Correlation	1	.569**	.451*	.814**
	Sig. (2-tailed)		.001	.012	.000
	N	30	30	30	30
PERNYATAAN 9	Pearson Correlation	.569**	1	.522**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.001		.003	.000
	N	30	30	30	30
PERNYATAAN 10	Pearson Correlation	.451*	.522**	1	.826**
	Sig. (2-tailed)	.012	.003		.000
	N	30	30	30	30
TOTAL SKOR 4	Pearson Correlation	.814**	.823**	.826**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

5. SHARE

Correlations

		PERNYATAAN 11	PERNYATAAN 12	PERNYATAAN 13	TOTAL SKOR 5
PERNYATAAN 11	Pearson Correlation	1	-.022	.219	.587**
	Sig. (2-tailed)		.910	.244	.001
	N	30	30	30	30
PERNYATAAN 12	Pearson Correlation	-.022	1	.474**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.910		.008	.000
	N	30	30	30	30
PERNYATAAN 13	Pearson Correlation	.219	.474**	1	.819**
	Sig. (2-tailed)	.244	.008		.000
	N	30	30	30	30
TOTAL SKOR 5	Pearson Correlation	.587**	.677**	.819**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

UJI RELIABILITAS

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.768	13

Lampiran 6

1. Perhitungan total nilai harapan penuh masing –masing dimensi

Total nilai harapan penuh masing - masing dimensi Attention						
Xn	=	Nilai Max	x	Jumlah Pernyataan	x	%
		5		3	x	100
Xn	=	1500				

Total nilai harapan penuh masing - masing dimensi interest						
Xn	=	Nilai Max	x	Jumlah Pernyataan	x	%
		5	x	2	x	100
Xn	=	1000				

Total nilai harapan penuh masing - masing dimensi Search						
Xn	=	Nilai Max	x	Jumlah Pernyataan	x	%
		5	x	2	x	100
Xn	=	1000				

Total nilai harapan penuh masing - masing dimensi Action						
Xn	=	Nilai Max	x	Jumlah Pernyataan	x	%
		5	x	3	x	100
Xn	=	1500				

Total nilai harapan penuh masing - masing dimensi Share						
Xn	=	Nilai Max	x	Jumlah Pernyataan	x	%
		5	x	3	X	100
Xn	=	1500				

2. Menghitung total nilai masing – masing dimensi

Attention	STS	TS	N	S	SS	Skor	Skor ideal
	1	2	3	4	5		
1	0	0	7	72	21	414	500
						82.8	
2	0	0	12	73	15	403	500
						80.6	
3	0	2	15	62	21	402	500
						80.4	
total						1219	1500

Interest	STS	TS	N	S	SS	Skor	Skor ideal
	1	2	3	4	5		
1	0	1	9	47	43	432	500
						86.4	
2	0	1	10	67	22	410	500
						82	
total						842	1000

Search	STS	TS	N	S	SS	Skor	Skor ideal
	1	2	3	4	5		
1	0	0	9	46	45	436	500
						87.2	
2	0	1	12	62	25	411	500
						82.2	
total						847	1000

Action	STS	TS	N	S	SS	Skor	Skor ideal
	1	2	3	4	5		
1	0	1	5	50	44	437	500
						87.4	
2	0	0	6	71	23	417	500
						83.4	
3	0	1	15	60	24	407	500
						81.4	
total						1261	1500

Share	STS	TS	N	S	SS	Skor	Skor ideal
	1	2	3	4	5		
1	0	0	11	40	49	438	500
						87.6	
2	0	1	41	45	13	370	500
						74	
3	0	6	38	43	13	363	500
						72.6	
Total						1171	1500

3. menghitung efektivitas masing – masing dimensi AISAS

Efektivitas masing masing dimensi Attention							
X	=	total nilai	:	total nilai harapan	X	100	
X	=		1219	:	1500	X	100
	=		81.26667				

Efektivitas masing masing dimensi Interest							
X	=	total nilai	:	total nilai harapan	X	100	
X	=		842	:	1000	X	100
	=		84.2				

Efektivitas masing masing dimensi Search							
X	=	total nilai	:	total nilai harapan	X	100	
X	=		847	:	1000	X	100
	=		84.7				

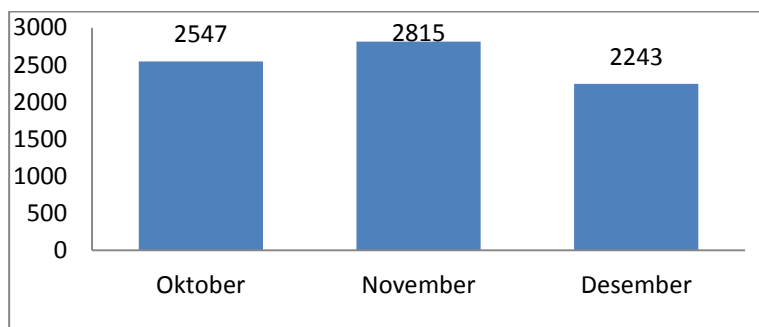
Efektivitas masing masing dimensi							
Action							
			total nilai				
X	=	total nilai	:	harapan	X	100	
X	=		1261	:	1500	X	100
	=		84.06667				

Efektivitas masing masing dimensi							
Share							
			total nilai				
X	=	total nilai	:	harapan	X	100	
X	=		1171	:	1500	X	100
	=		78.06667				

4. nilai keseluruhan dimensi AISAS

total nilai seluruh dimensi : 5
= 82.46

Gambar 1.1
Jumlah pengunjung RedDoorz tahun 2019
Periode oktober-desember



Sumber : SimiliarWeb.com

Gambar 1.2
Iklan RedDoorz



Sumber : youtube RedDoorz