

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, Januari 2006

Penyusun



Deny Setiawan K.



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan: (kepada orang-orang yang kucintai)

♥ Papah H. Engkom Komarudin dan Mamah Hj. Sri Warjanti, doa dan kasih sayangmu yang tak pernah putus adalah cahayaku.

♥ Kakak-kakakku, adikku dan Nisa-ku yang selalu memberiku arti.

♥ Elly for the luv and care, selalu membuatku tak pernah berpikir untuk berhenti berjuang.

E. Sistematika Penelitian

- Bab I Pendahuluan, akan membahas tentang latar belakang masalah, pokok masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.
- Bab II Kajian Pustaka, akan membahas, landasan teori yang berhubungan dengan masalah penelitian, dan perumusan hipotesis.
- Bab III Metode Penelitian, berisi sumber data populasi dan sampel metode pengumpulan data, data yang diperlukan, variabel penelitian dan pengukuran, analisis data, uji hipotesis.
- BAB IV Analisa Data, meliputi analisis deskriptif dan pengujian hipotesis, bab ini merupakan inti penjabaran mengenai data hasil temuan yang kemudian dilakukan pengolahan dan pembahasan mengenai implikasi dari hasil perhitungan.
- Bab V Kesimpulan dan Saran

2. *The role played by products*

Faktor kedua ini mempengaruhi perilaku membeli berkaitan dengan produk yang bersangkutan. Dimana produk tersebut dibeli dengan harapan akan mendapatkan manfaat dan keuntungan, sesuai dengan maksud dan tujuan pembuatan dan pengadaannya. Suatu produk semakin besar kecenderungannya untuk dibeli jika produk itu semakin memenuhi kebutuhan, keinginan dan tujuan konsumen.

E. Perumusan Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara bintang iklan terhadap minat beli sepeda motor Yamaha oleh konsumen.
2. Salah satu variabel yang melekat pada bintang iklan ada yang dominan pengaruhnya terhadap minat beli sepeda motor Yamaha oleh konsumen.

2) Menentukan level of significant dengan menggunakan F-tabel untuk dk pembilang = k = 4 dan dk penyebut = (n - k - 1) = 100 - 4 - 1 = 95 dan dengan alpha = 5%.

3) Membuat keputusan pengujian hipotesis:

Ho diterima jika: F-hit < F-tab.

Ho ditolak jika: F-hit > F-tab.

d. Analisis Korelasi Parsial

Alat analisis Korelasi Parsial digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan di antara satu variabel bebas dengan variabel tergantung di mana variabel bebas lainnya dianggap konstan atau tetap.

Formulasi Korelasi Parsial:

$$r_{y(X_1, X_2)} = \frac{r_{yx_1} \cdot r_{yx_2} \cdot r_{x_1, x_2}}{\sqrt{1 - r_{x_1, x_2}^2} \cdot \sqrt{1 - r_{yx_1}^2}}$$

Langkah-langkah dalam uji t adalah:

1) Menghitung nilai t untuk masing-masing variabel dengan rumus:

$$t = \frac{r_p \cdot \sqrt{n-3}}{\sqrt{1-r_p^2}}$$

2) Menentukan level of significant dengan menggunakan t-tabel untuk dk = 100 - 1 = 99 dan jika alpha = 5%.

3) Membuat keputusan pengujian hipotesis:

Ho diterima jika : $-t_{\frac{1}{2} \alpha, n-2} > t < t_{\frac{1}{2} \alpha, n-2}$

Ho ditolak jika : $t > t_{\frac{1}{2} \alpha, n-2}$ atau $-t < -t_{\frac{1}{2} \alpha, n-2}$

Yamaha oleh konsumen ditolak. Kesimpulan dari perhitungan ini adalah secara nyata (signifikan) citra bintang iklan mempengaruhi besarnya minat beli Sepeda motor Yamaha oleh konsumen.

5. Rekapitulasi Hasil Analisis Korelasi Parsial

Untuk mempermudah dalam mengamati hasil analisis korelasi parsial di atas, berikut disajikan rangkuman hasil analisis korelasi parsial yang tersaji dalam tabel 4. 11.

Tabel 4. 12
Rangkuman Hasil Uji Koefisien Korelasi Parsial

| Variabel | r | t - hitung | P Value | Keterangan |
|-----------------------------|-------|------------|---------|------------|
| X ₁ Ketertarikan | 0,364 | 3,811 | 0,000 | Signifikan |
| X ₂ Kepercayaan | 0,202 | 2,007 | 0,048 | Signifikan |
| X ₃ Keahlian | 0,306 | 3,129 | 0,002 | Signifikan |
| X ₄ Citra | 0,288 | 2,930 | 0,004 | Signifikan |

Dari tabel diatas, variabel ketertarikan (X₁), kepercayaan (X₂), keahlian (X₃), dan citra (X₄) mempunyai nilai t hitung lebih besar daripada nilai t-tabel, maka dapat disimpulkan bahwa ketertarikan, kepercayaan, keahlian dan citra erpengaruh terhadap minat beli Sepeda motor Yamaha oleh konsumen secara nyata (signifikan). Dan jika dilihat berdasarkan nilai t tersebut, maka variabel yang melekat pada bintang iklan ada yang dominan pengaruhnya terhadap minat beli Sepeda motor Yamaha oleh konsumen adalah ketertarikan.