

## **BAB IV**

### **ANALISA DATA**

#### **4.1. Data Penelitian**

Data yang digunakan untuk menganalisis permasalahan merupakan jenis data primer yang dilakukan dengan teknik penyebaran kuesioner kepada responden kartu As di kecamatan Mlati. Adapun data tersebut merupakan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat seseorang untuk membeli salah satu kartu seluler khususnya Kartu As. Adapun isi dari kuesioner yang telah diedarkan dapat dilihat pada lampiran.

#### **4.2. Pengujian Validitas dan Reliabilitas**

##### **4.2.1. Pengujian Validitas**

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid mempunyai validitas rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya suatu instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari keadaan atau kondisi obyek yang sebenarnya.

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu alat ukur atau instrumen dapat melakukan fungsi ukurannya. Uji validitas dilakukan dengan metode korelasi produk momen, yaitu dengan cara mengkorelasikan

skor masing-masing item atau butir pertanyaan dengan skor item total tiap variabel.

Pengujian validitas atas item-item kuesioner penelitian ini dilakukan dengan bantuan *software* SPSS 10.0 dengan membandingkan antara probabilitas dengan taraf signifikansi. Dari pernyataan tersebut r tabel diperoleh dari nilai tabel angka kritik, dengan *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n - 2$  pada  $\alpha$  tertentu, dimana  $n$  menunjukkan jumlah sampel. Pengujian validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan sampel 30 responden, dengan demikian nilai R tabel pada  $df = 30 - 2 = 28$  pada tingkat  $\alpha = 5\%$  adalah 0.361. nilai probabilitas diperoleh dari nilai *corrected item- total correlation* jika probabilitas lebih besar dari pada signifikansi, maka kuesioner tersebut dinyatakan valid.

Hasil pengujian validitas atas item-item kuesioner penelitian dari tiga variabel independent dan satu variabel dependent tersaji pada tabel 4.1, yaitu :

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	R Hasil	R Tabel	Keterangan
Kemampuan Dialog ( $X_1$ )	1	0.4593	0.361	Valid
	2	0.5454	0.361	Valid
	3	0.4758	0.361	Valid
Kemampuan Akting ( $X_2$ )	1	0.7771	0.361	Valid
	2	0.6906	0.361	Valid
	3	0.5251	0.361	Valid
Pemeran Iklan ( $X_3$ )	1	0.3905	0.361	Valid
	2	0.6130	0.361	Valid
	3	0.4009	0.361	Valid
Minat Beli (Y)	1	0.3747	0.361	Valid
	2	0.4895	0.361	Valid
	3	0.4572	0.361	Valid

Sumber : Data Primer, diolah

Berdasarkan tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel adalah valid. Masing-masing item variabel memiliki nilai kolerasi (*index validity*) yang sedang, yaitu berkisar antara 0.3747 sampai dengan 0.7771. hal ini menunjukkan bahwa instrumen (kuesioner) dapat mengungkapkan data dari variabel secara tepat, dengan kata lain kuesioner dapat menggambarkan kondisi objek yang sebenarnya.

#### 4.2.2. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas instrumen menunjukkan tingkat kehandalan instrumen tersebut. Instrumen yang reliabel (andal) akan menghasilkan data yang dapat dipercaya sehingga mampu mengungkapkan data yang sebenarnya dari suatu objek.

Analisis ini dilakukan untuk mengukur apakah suatu alat atau instrumen menghasilkan data yang konsisten pada waktu yang berbeda. Instrumen menghasilkan data atau alat ukur yang mempunyai reliabilitas sedang akan menghasilkan data yang sama sehingga dapat menggambarkan kondisi objek yang sebenarnya.

Dalam hal ini, reliabilitas instrumen diukur dengan *cronbach alpha* yang mencerminkan konsistensi internal atau alat ukur (Hair, et, al, 1998, 78) dengan nilai  $r$  tabel pada  $\alpha = 5\%$  dan  $n = 30$  dengan  $df = n - 2$ . Jika nilai  $r$  tabel lebih besar dari *cronbach's alpha* maka kuesioner tidak reliabel.

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	R tabel	<i>cronbach's alpha</i>	Keterangan
Kemampuan Dialog	0.361	0.713	Reliabel
Kemampuan Akting	0.361	0.571	Reliabel
Pemeran Iklan	0.361	0.589	Reliabel
Minat Beli	0.361	0.724	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa untuk ketiga variabel mempunyai nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari pada r tabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel yang digunakan dapat dikatakan reliabel andal, hal ini dibuktikan dengan besaran nilai reliabilitas yang berkisar antara 0.571 sampai dengan 0.724. artinya kuesioner tersebut dapat diandalkan untuk mengungkapkan daa sebenarnya dari suatu objek.

#### 4.3 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif memuat tentang gambaran karakteristik 96 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini karakteristik responden meliputi pendidikan, usia, dan pendapatan (uang saku perbulan). Karakteristik pendidikan dibedakan menjadi lima kategori yaitu: 1 – SMP, 2 = SMU, 3 = D3, 4 = S1, 5 = dan lain-lain. Kategori usia dibedakan menjadi lima kategori yaitu: 1 = 13-17, 2 = 18-22, 3 = 23-27, 4 = 28-32, 5 = 32 tahun keatas. Kategori pendapatan dibedakan manjadi empat kategori, yaitu : 1 = <Rp. 500.000, 2 = Rp. 501.000-Rp.1.000.000, 3 =Rp.1.001.000-Rp.1.500.000, 4 =Rp. 1.500.000 keatas. Karakteristik tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis prosentase.

Berikut ini hasil jawaban responden berdasarkan karakteristik responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Menurut Pendidikan**

Pendidikan	Jumlah	
	F	%
SMP	7	7,3%
SMA	48	50%
D3	10	10,4%
S1	24	25%
LAIN-LAIN	7	7,3%
JUMLAH	96	100%

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang diambil mempunyai pendidikan SLTP sebanyak 7 responden (7,3%), SLTA sebanyak 48 responden (50%), D3 sebanyak 10 responden (10,41%), S1 sebanyak 27 responden (25%), lain-lain 7 responden (7,3%). Hal ini menunjukkan bahwa responden yang dominan berasal dari pendidikan SLTA.

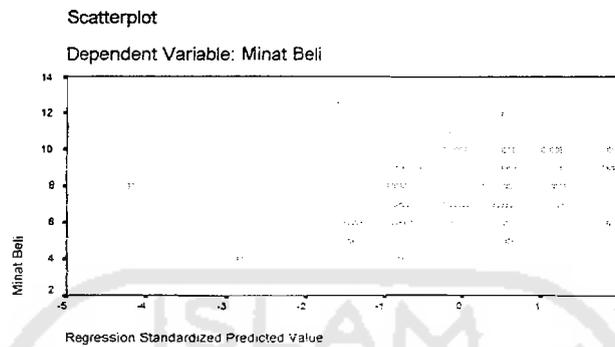
**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Menurut Usia**

USIA ( TH )	JUMLAH	
	F	%
13-17	36	37,5%
18-22	10	10,4%
23-27	19	19,8%
28-32	12	12,5%
32 tahun keatas	19	19,8%
	96	100%

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang diambil usia 13-17 tahun sebanyak 36 responden (37,5%), usia 18-22 tahun sebanyak 10 responden (10,4%), usia 23-27 tahun sebanyak 19 responden (19,8%), usia 28-32 tahun sebanyak 12 responden (12,5%), usia 32 tahun

## 2. Heteroskedastisitas

**Gambar 4.1**  
**Diagram Pencar**

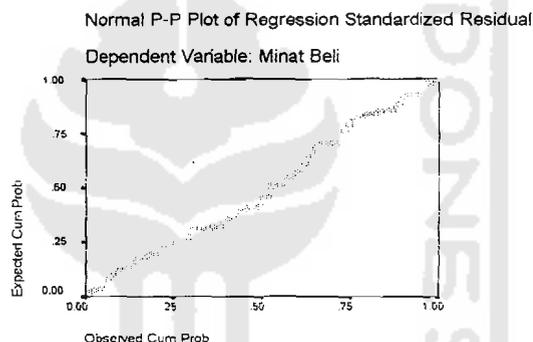


- Salah satu metode untuk menguji ada tidaknya masalah heteroskedastisitas suatu model regresi adalah dengan membuat plot dari data dimana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi. Dan sumbu Y adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah *studentized*. Jika hasil plot data menunjukkan suatu sebaran yang berpola atau terdapat pola tertentu, seperti titik (point-point) yang berpola atau terdapat pola tertentu yang teratur (bergelembung, melebar, kemudian menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya jika plot data tidak menunjukkan suatu pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Dari gambar diatas terlihat bahwa data berdistribusi acak, berarti tidak ada masalah heteroskedastisitas sehingga model regresi linier berganda ini dapat digunakan dalam analisis ini.

### 3. Uji Kenormalan Data

Penggunaan analisis regresi linear berganda harus memenuhi asumsi dasar, yaitu *error* dari sampel harus berdistribusi normal. Dari grafik uji normalitas menunjukkan bahwa *error* dari sampel yang di gunakan berdistribusi normal sehingga model regresi linear berganda dapat digunakan dalam analisis ini.

**Gambar 4.2**  
**Normal P-P Plot Regresi**



Dari grafik normal *p-p plot of regression standardized residual* diatas dapat disimpulkan:

- Dari P-P Plot data menyebar disekeliling garis dan pola data cenderung linier antara Y dan X maka bisa dikatakan bahwa distribusi data adalah normal.

### 4. Autokorelasi

Untuk mengetahui ada tidaknya Autokorelasi dalam model regresi linear berganda dapat dilihat dengan nilai Durbin –Watson yaitu:

**Tabel 4.7**  
**Uji Asumsi Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.356 <sup>a</sup>	.127	.098	1.5467	1.965

a. Predictors: (Constant), Pemeran Iklan, Kemampuan Dialog, Kemampuan Aktng

b. Dependent Variable: Minat Beli

- Dari output diatas dapat dilihat bahwa nilai Durbin-Watsonnya yaitu sebesar 1.965 yang nilai Durbin-Watson berada diantara -2 dan +2. maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah Autokorelasi dalam model regresi sehingga model regresi linier berganda ini dapat digunakan dalam analisis ini.

#### 4.4.2. Uji Regresi Ganda

Regresi berganda dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama (dalam hal ini terdiri atas kemampuan dialog, kemampuan aktng, pemeran iklan) terhadap variabel dependen (minat beli).

Hasil regresi dapat disajikan sebagai berikut :

$$Y = 4.129 + 0.02291X_1 + 0.01236X_2 + 0.369X_3$$

- Dari persamaan diatas dapat diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 4,192 menyatakan bahwa jika tidak ada variabel kemampuan dialog, kemampuan aktng, dan penampilan pemeran iklan, maka minat beli konsumen yaitu sebesar 4,192

- Nilai koefisien regresi berganda variabel kemampuan dialog ( $X_1$ ) sebesar 0,02291 dan mempunyai pengaruh positif terhadap minat beli ( $Y$ ). Artinya apabila diasumsikan variabel kemampuan dialog ( $X_1$ ) bertambah 1 satuan maka minat beli akan naik sebesar 0,02291 dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.
- Nilai koefisien regresi berganda variabel kemampuan akting ( $X_2$ ) sebesar 0,01236 dan mempunyai pengaruh positif terhadap minat beli ( $Y$ ). Artinya apabila diasumsikan variabel kemampuan akting ( $X_2$ ) bertambah 1 satuan maka minat beli akan naik sebesar 0,01236 dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.
- Nilai koefisien regresi berganda variabel pemeran iklan ( $X_3$ ) sebesar 0,369 dan mempunyai pengaruh positif terhadap minat beli ( $Y$ ). Artinya apabila diasumsikan variabel penampilan pemeran iklan ( $X_3$ ) bertambah 1 satuan maka minat beli akan naik sebesar 0,369 dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

#### 4.4.3. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis yang diajukan adalah:

$H_0$  = Tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

$H_1$  = ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengujian dilakukan dengan melihat nilai signifikansi (probabilitas) yang dihasilkan dari analisis regresi berganda.

- Jika nilai sig < 0,05 (karena  $\alpha$  yang digunakan adalah 5%) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Jika nilai sig > 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.8**  
**Pembahasan Bagian Anova**  
ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31.914	3	10.638	4.447	.006 <sup>a</sup>
	Residual	220.076	92	2.392		
	Total	251.990	95			

a. Predictors: (Constant), Pemeran Iklan, Kemampuan Dialog, Kemampuan Aktif

b. Dependent Variable: Minat Beli

Keputusan:

Dari tabel Anova diatas dengan melihat  $F_{hitung}$  adalah sebesar 4,447 dengan tingkat signifikansi 0,006, karena probabilitas (0,006) jauh lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya ada pengaruh variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap minat beli

#### 4.4.4. Koefisien Determinasi

**Tabel 4.9**  
**Pembahasan Bagian Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.356 <sup>a</sup>	.127	.098	1.5467	1.965

a. Predictors: (Constant), Pemeran Iklan, Kemampuan Dialog, Kemampuan Akting

b. Dependent Variable: Minat Beli

#### Analisis:

- Proses perhitungan keseluruhan variabel yang diujikan terhadap keeratan pengaruhnya (secara keseluruhan) dari  $R^2$  yaitu sebesar 0,127 atau dapat diartikan bahwa 12,7% faktor-faktor yang dapat memprediksikan variabel minat beli konsumen dapat dijawab oleh variabel-variabel penelitian. Sedangkan sisanya 87,3% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel penelitian.
- *Standar error of estimate* adalah sebesar 1,54665 yang berarti adanya penyimpangan data atau tingkat kesalahan data sebesar angka tersebut.
- R sebesar 0,356 berarti 35,6% variabel-variabel independen saling berhubungan dalam memprediksi variabel minat beli konsumen.

#### 4.4.5. Uji t

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (minat beli konsumen). Hipotesis yang diajukan adalah:

$H_0$  = Tidak ada pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

$H_1$  = Ada pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Pengujian dilakukan dengan melihat nilai signifikansi (*probabilitas*) yang dihasilkan dalam analisis regresi ganda.

- Jika nilai sig > 0,05 (karena  $\alpha$  yang digunakan adalah 5%) maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak artinya secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Jika nilai sig < 0,05 (karena  $\alpha$  yang digunakan adalah 5%) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.10**  
Uji t

Variabel	t Hitung	Signifikan	Keterangan	Keputusan
Kemampuan Dialog	0.208	0.836	$H_0$ diterima	Tidak Signifikan
Kemampuan Aktif	0.113	0.910	$H_0$ diterima	Tidak Signifikan
Pemeran Iklan	2.681	0.009	$H_0$ ditolak	Signifikan

Sumber : data primer, diolah

#### **Parameter Kemampuan Dialog ( $X_1$ )**

Berdasarkan hasil analisis data SPSS versi 10,0, maka diperoleh nilai  $t_{hitung} = 0,208$  sedangkan nilai sig = 0,836, karena nilai sig > 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak artinya variabel kemampuan dialog tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

### **Parameter Kemampuan Akting (X<sub>2</sub>)**

Berdasarkan hasil analisis data SPSS versi 10,0, maka diperoleh nilai  $t_{hitung} = 0,113$  sedangkan nilai  $sig = 0,910$ , karena nilai  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak artinya variabel kemampuan akting tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

### **Parameter Pemeran Iklan (X<sub>3</sub>)**

Berdasarkan hasil analisis data SPSS versi 10,0, maka diperoleh nilai  $t_{hitung} = 2,681$  sedangkan nilai  $sig = 0,009$ , karena nilai  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya variabel pemeran iklan berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Dari hasil uji t dapat disimpulkan bahwa variabel pemeran iklan mempunyai pengaruh yang paling dominan diantara variabel yang lain. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  nya yaitu 2,681 ( $sig = 0,009$ ) dibandingkan dengan variabel lainnya.

#### **4.4.6. Uji Parsial**

Digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan diantara satu variabel bebas dengan variabel tergantung dimana variabel bebas lainnya dianggap konstan/tetap.

Pengujian parsial dilakukan dengan melihat nilai  $sig$  pada hasil analisis korelasi. Jika  $sig > 0,05$  maka variabel independen memiliki korelasi terhadap variabel dependen. Jika  $sig < 0,05$  maka variabel independen tidak mempunyai korelasi terhadap variabel dependen

**Tabel 4.11**  
**Uji Parsial**

Variabel	r Parsial	Signifikan
Kemampuan Dialog ( $X_1$ )	0,136	0,094
Kemampuan Aktif ( $X_2$ )	0,239	0,010

Uji korelasi parsial dilakukan pada variabel bebas yang secara signifikan berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Korelasi dilakukan antara variabel kemampuan dialog ( $X_1$ ) dengan minat beli konsumen dimana variabel lain konstan, antara variabel kemampuan aktif ( $X_2$ ) dengan minat beli konsumen dimana variabel lain konstan.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa korelasi antara  $X_1$  dengan Y sebesar 0.136 dan sig 0,094 dan korelasi antara  $X_2$  dengan Y sebesar 0,239 dan sig 0,010. Karena kedua variabel tersebut lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa ketika variabel yang lain konstan korelasi antara  $X_1$  dan  $X_2$  dengan variabel Y adalah tidak erat.