

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas Instrumen

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu tes dapat melakukan fungsi ukurnya. Semakin tinggi validitas suatu alat pengukur, semakin tepat pula pengukur itu mengenai sasarannya. Untuk mengukur validitas kuesioner yang diberikan kepada responden digunakan rumus korelasi *product moment* (Sutrisno Hadi, 1991 : 64).

$$r_w = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Korelasi *product moment*

X = Skor total dari setiap item

Y = Skor/nilai dari setiap item

N = Jumlah sampel

Berdasarkan hasil uji validitas dengan menggunakan program *SPSS for Windows Release 11.0* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.1

Uji validitas

NO	Variabel	No butir	r _{XY}	Kesimpulan
1	Testifier	1	0.831	Valid
		2	0.847	Valid
		3	0.662	Valid
2	Pembuktian	1	0.882	Valid
		2	0.753	Valid
		3	0.806	Valid
3	Dialog /aspek verbal	1	0.740	Valid
		2	0.804	Valid
		3	0.889	Valid
4	Seting iklan	1	0.799	Valid
		2	0.863	Valid
5	Minat beli	1	0.739	Valid
		2	0.810	Valid
		3	0.843	Valid

Dengan menggunakan taraf signifikansi (α) = 5% dan N = 30 diperoleh nilai r tabel = 0,3494. Apabila r_{XY} lebih besar dari r tabel berarti ada korelasi yang nyata antara kedua variabel tersebut sehingga kuisioner sebagai alat pengukur dikatakan valid dan demikian juga sebaliknya. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai r_{XY} dari semua butir instrumen lebih besar dari r tabel (0,3494), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir dalam instrumen penelitian ini valid.

4.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Analisis ini digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi 2 kali atau lebih. Dalam pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach, yang rumusnya adalah sebagai berikut: (Suharsimi, 1991 ; 78)

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum ob^2}{\sigma^2} \right]$$

Keterangan:

- r_{11} = reliabilitas instrumen
 k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal
 $\sum ob^2$ = jumlah varians butir
 σ^2 = varians total

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dengan menggunakan program SPSS for Windows Release 11.0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.2
Uji Reliabilitas

No	Variabel	r_{11}	Kesimpulan
1.	Testifier	0.686	Reliabel
2.	Pembuktian	0.741	Reliabel
3.	Dialog / aspek verbal	0.743	Reliabel
4	Seting iklan	0.550	Reliabel

5.	Minat beli	0.707	Reliabel
----	------------	-------	----------

Dengan menggunakan taraf signifikansi (α) = 5% dan $N = 30$ diperoleh nilai r tabel = 0,3494. Apabila r_{11} lebih besar dari r tabel berarti kuisioner sebagai alat pengukur dikatakan reliabel dan demikian juga sebaliknya. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai r_{11} dari instrumen dalam penelitian ini lebih besar dari r tabel (0,3494), sehingga dapat disimpulkan instrumen penelitian ini reliabel sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

4.3 Deskripsi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 orang responden maka dapat diidentifikasi karakteristik dari responden dalam penelitian ini sebagai berikut :

4.3.1 Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan jenis kelaminnya, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.3.1

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki – laki	47	47.0	47.0	47.0
	Perempuan	53	53.0	53.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah Perempuan yaitu sebanyak 53 orang (53 %) dan sisanya sebanyak 47 orang (47 %) adalah laki-laki

4.3.2 Usia Responden

Berdasarkan Usianya, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.3.2

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20	13	13.0	13.0	13.0
	20 - 25	80	80.0	80.0	93.0
	26-30	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden berusia 20 – 25 tahun yakni sebanyak 80 orang (80 %), lalu 13 orang (13%) berusia kurang dari 20 tahun dan sisanya yakni sebanyak 7 orang (7%) berusia 26 – 30 tahun .

4.3.3 Tempat tinggal responden

Berdasarkan status tempat tinggalnya, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan seperti pada tabel berikut :

Tabel 4.3.3

Tempat tinggal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rumah Sendiri	23	23.0	23.0	23.0
	Kost	77	77.0	77.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini bertempat tinggal di kost yaitu sebanyak 77 orang (77%), dan sisanya sebanyak 23 orang bertempat tinggal di rumah sendiri.

4.3.4 Uang saku per bulan

Berdasarkan uang sakunya maka dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan seperti pada tabel berikut

Tabel 4.3.4

Uang saku per bulan

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 500 000	47	47.0	47.0	47.0
Rp 501 000 - 1000 000	34	34.0	34.0	81.0
Rp 1 001 000 – Rp 1 500 000	12	12.0	12.0	93.0
>Rp 1 500 000	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Dari data diatas diketahui bahwa 47% responden memperoleh uang saku per bulan sebesar kurang dari Rp 500.000 , 34% responden memperoleh uang saku perbulan sebesar Rp 501.000 – Rp 1.000.000 , 12% responden memperoleh uang saku perbulan sebesar Rp 1001.000 – Rp 1.500.000 dan sisanya sebanyak 7% responden memperoleh uang saku per bulan sebesar lebih dari Rp 1.500.000

4.4 Penilaian Responden Terhadap Item Pertanyaan Setiap Variabel

Pada penelitian ini penulis memberikan 5 alternatif jawaban dengan menggunakan skala likert, yaitu skala yang dirancang untuk memungkinkan responden menjawab pertanyaan dengan berbagai tingkatan pada setiap butir pertanyaan. Adapun alternatif jawaban adalah sebagai berikut : Sangat Tidak Setuju (skor 1); Tidak Setuju (Skor 2); Netral (Skor 3); Setuju (Skor 4);

Sangat setuju (skor 5) Jawaban Sangat Tidak Setuju menunjukkan tingkat penilaian yang sangat rendah terhadap pertanyaan yang diajukan dan jawaban Sangat Setuju menunjukkan tingkat penilaian yang sangat tinggi terhadap pertanyaan yang diberikan.

Mengacu pada nilai terendah dan tertinggi maka dapat dirumuskan formulasi interval penilaian rata-rata yaitu :

Untuk menentukan skor maka rumus yang digunakan adalah (Zainal mustofa ,1996 hlm . 19)

$$K = 1 + 3,22 \log n$$

$$K = 1 + 3,22 \log 100$$

$$K = 1 + 3,22 (2)$$

$$K = 1 + 6,44$$

$$K = 7,644 \rightarrow 8$$

Menentukan besar interval kelas :

$$I = \frac{\text{jarak}}{\text{Banyak kelas}}$$

$$I = \frac{5 - 1}{8} = 0,5$$

$$I = \frac{5 - 1}{8} = 0,5$$

8

Interval

Rata – rata 1,00 – 1,49 = Sangat buruk sekali

Rata – rata 1,50 – 1,99 = Sangat buruk

Rata – rata 2,00 – 2,49 = Buruk

Rata – rata 2,50 – 2,99	=	Cukup buruk
Rata – rata 3,00 – 3,49	=	Cukup Baik
Rata – rata 3,50 – 3,99	=	Baik
Rata – rata 4,00 – 4,49	=	Sangat baik
Rata – rata 4,50 – 5,00	=	Sangat baik sekali

4.4.1 Penilaian Responden Terhadap variabel Testifier per item pertanyaan

Tabel 4.4.1
Variabel Testifier

No	Keterangan	Mean	Penilaian
1	Pertanyaan 1	3,29	Cukup baik
2	Pertanyaan 2	3,14	Cukup baik
3	Pertanyaan 3	3,31	Cukup baik

Dari tabel diatas dapat dilihat pada variabel testifier pada pertanyaan 1 yakni pertanyaan mengenai penampilan testifier memiliki rata – rata atau mean sebesar 3,29 nilai ini menyatakan bahwa responden memberikan penilaian cukup baik terhadap pertanyaan 1 yakni pertanyaan tentang penampilan testifier. Pada pertanyaan 2 yakni pertanyaan tentang ekspresi testifier memiliki rata – rata atau mean sebesar 3,14 nilai ini menyatakan bahwa responden memberikan penilaian cukup baik terhadap pertanyaan 2

yakni pertanyaan tentang ekspresi testifier dalam memberikan kesaksian. Pada pertanyaan 3 yakni pertanyaan tentang kelayakan testifier memiliki rata – rata atau mean sebesar 3,31 nilai ini menyatakan bahwa responden memberikan penilaian cukup baik terhadap pertanyaan 3 yakni pertanyaan tentang kelayakan testifier.

4.4.2 Penilaian Responden Terhadap Variabel Pembuktian per item pertanyaan

Tabel 4.4.2
Variabel Pembuktian

No	Keterangan	Mean	Penilaian
1	Pertanyaan 1	3,62	Baik
2	Pertanyaan 2	3,13	Cukup baik
3	Pertanyaan 3	3,44	Cukup Baik

Dari tabel diatas dapat dilihat pada variabel pembuktian pada pertanyaan 1 yakni pertanyaan mengenai pembuktian menggunakan alat peraga pada iklan sabun dove memiliki rata – rata atau mean sebesar 3,62 nilai ini menyatakan bahwa responden memberikan penilaian cukup baik terhadap pertanyaan 1 yakni pertanyaan tentang pembuktian dengan alat peraga dalam iklan sabun dove. Pada pertanyaan 2 yakni pertanyaan tentang

kebenaran pembuktian memiliki rata – rata atau mean sebesar 3,13 nilai ini menyatakan bahwa responden memberikan penilaian cukup baik terhadap pertanyaan 2 yakni pertanyaan tentang kebenaran pembuktian. Pada pertanyaan 3 yakni pertanyaan tentang kesesuaian pembuktian memiliki rata – rata atau mean sebesar 3,44 nilai ini menyatakan bahwa responden memberikan penilaian cukup baik terhadap pertanyaan 3 yakni pertanyaan tentang kesesuaian pembuktian .

4.4.3 Penilaian responden terhadap variabel dialog / aspek verbal per item pertanyaan

Tabel 4.4.3
Variabel Dialog/Aspek Verbal

No	Keterangan	Mean	Penilaian
1	Pertanyaan 1	3,62	Baik
2	Pertanyaan 2	3,08	Cukup baik
3	Pertanyaan 3	3,08	Cukup baik

Dari tabel diatas dapat dilihat pada variabel dialog/ aspek verbal pada pertanyaan 1 yakni pertanyaan mengenai kemampuan dialog testifier memiliki rata – rata atau mean sebesar 3,62 nilai ini menyatakan bahwa responden memberikan penilaian yang baik terhadap pertanyaan 1 yakni pertanyaan tentang kemampuan

dialog testifier. Pada pertanyaan 2 yakni pertanyaan tentang pernyataan testifier memiliki rata – rata atau mean sebesar 3,08 nilai ini menyatakan bahwa responden memberikan penilaian cukup baik terhadap pertanyaan 2 yakni pertanyaan tentang pernyataan testifier. Pada pertanyaan 3 yakni pertanyaan tentang kejujuran testifier dalam memberikan kesaksian memiliki rata – rata atau mean sebesar 3,08 nilai ini menyatakan bahwa responden memberikan penilaian cukup baik terhadap pertanyaan 3 yakni pertanyaan tentang kejujuran testifier dalam memberikan kesaksian.

4.4.4 Penilaian responden terhadap variabel Setting iklan per item pertanyaan

Tabel 4.4.4
Variabel Setting Iklan

No	Keterangan	Mean	Penilaian
1	Pertanyaan 1	3,28	Cukup baik
2	Pertanyaan 2	3,49	Cukup baik

Dari tabel diatas dapat dilihat pada variabel setting iklan pada pertanyaan 1 yakni pertanyaan mengenai kesesuaian setting iklan memiliki rata – rata atau mean sebesar 3,28 nilai ini menyatakan bahwa responden memberikan penilaian cukup baik terhadap pertanyaan 1 yakni pertanyaan tentang kesesuaian setting iklan. Pada pertanyaan 2 yakni pertanyaan mengenai lokasi setting iklan memiliki rata – rata atau mean sebesar 3,49 nilai ini

menyatakan bahwa responden memberikan penilaian cukup baik terhadap pertanyaan 2 yakni pertanyaan tentang lokasi setting iklan.

4.4.5 Penilaian Responden Terhadap Variabel Minat Beli Per item pertanyaan

Tabel 4.4.5
Variabel Minat Beli

No	Keterangan	Mean	Penilaian
1	Pertanyaan 1	3,72	Baik
2	Pertanyaan 2	3,37	Cukup baik
3	Pertanyaan 3	3,33	Cukup baik

Dari tabel diatas dapat dilihat pada variabel pembuktian pada pertanyaan 1 yakni pertanyaan mengenai ketertarikan responden untuk mencari informasi mengenai produk sabun dove memiliki rata – rata atau mean sebesar 3,72 nilai ini menyatakan responden memberikan penilaian baik. Pada pertanyaan 2 yakni pertanyaan mengenai pertimbangan responden untuk membeli sabun dove memiliki rata – rata atau mean sebesar 3,37 nilai ini menyatakan responden memberikan penilaian cukup baik. Pada pertanyaan 3 yakni pertanyaan mengenai keinginan membeli responden untuk membeli produk sabun dove. memiliki rata – rata atau mean sebesar 3,33 nilai ini menyatakan bahwa responden memberikan penilaian cukup baik .

4.5 Penilaian Responden Terhadap Setiap Variabel

Tabel 4.5

Variabel Iklan Testimonial

No	Keterangan	Mean	Penilaian
1	Variabel Testifier	3,23	Cukup baik
2	Variabel Pembuktian	3,39	Cukup baik
3	Variabel Dialog /aspek verbal	3,26	Cukup baik
4	Variabel Seting iklan	3,34	Cukup baik
5	Variabel Minat beli	3,46	Cukup baik

Berdasarkan tabel di atas maka variabel-variabel dalam penelitian ini dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

4.5.1 Variabel Testifier

Tabel diatas menunjukkan mean variabel testifier (X_j) sebesar 3,23 sehingga dengan mengacu pada skala di atas dapat disimpulkan bahwa testifier pada iklan sabun dove versi pembuktian termasuk dalam kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang cukup baik terhadap testifier pada iklan sabun dove dalam versi pembuktian.

4.5.2 Variabel Pembuktian

Tabel diatas menunjukkan mean variabel pembuktian (X_2) sebesar 3,39 sehingga dengan mengacu pada skala di atas dapat disimpulkan bahwa pembuktian termasuk dalam kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang cukup baik terhadap pembuktian yang dilakukan , pada iklan sabun dove dalam versi pembuktian.

4.5.3 Variabel Dialog / aspek verbal

Tabel diatas menunjukkan mean variabel dialog / aspek verbal (X_3) sebesar 3,26 sehingga dengan mengacu pada skala di atas dapat disimpulkan bahwa dialog / aspek verbal termasuk dalam kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang cukup baik terhadap dialog / aspek verbal, pada iklan sabun dove dalam versi pembuktian.

4.5.4 Variabel Seting iklan

Tabel diatas menunjukkan mean variabel seting iklan (X_4) sebesar 3,34 sehingga dengan mengacu pada skala di atas dapat disimpulkan bahwa seting iklan termasuk dalam kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang cukup baik terhadap seting iklan, pada iklan sabun dove dalam versi pembuktian.

4.5.5 Variabel Minat beli konsumen

Tabel diatas menunjukkan mean variabel Minat beli konsumen (Y) sebesar 3,46 sehingga dengan mengacu pada skala di atas dapat disimpulkan bahwa

minat beli konsumen termasuk dalam kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki minat beli yang cukup baik setelah menyaksikan iklan sabun dove versi pembuktian.

4.6 Analisis data

4.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui tingkat pengaruh testifier , pembuktian , dialog / aspek verbal , seting iklan pada iklan sabun dove versi pembuktian terhadap minat beli konsumen produk sabun dove, maka digunakan analisis regresi linier berganda. Adapun bentuk umum persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan :

Y	=	Minat beli konsumen
X ₁	=	Testifier
X ₂	=	Pembuktian
X ₃	=	Dialog / aspek verbal
X ₄	=	Seting iklan
b ₀	=	Konstanta
b ₁ , b ₂ , b ₃ , b ₄	=	Koefisien regresi X ₁ , X ₂ , X ₃

Berdasarkan hasil perhitungan dengan program komputer *SPSS for Windows Release 11.5* diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.6.1
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.175	.260		-.675	.501
	X1	.334	.071	.347	4.730	.000
	X2	.274	.076	.277	3.625	.000
	X3	.149	.086	.151	1.722	.088
	X4	.337	.069	.354	4.886	.000

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel diatas dapat dibuat persamaan regresi :

$$Y = -0.175 + 0,334 X_1 + 0,274 X_2 + 0,149 X_3 + 0,337 X_4$$

Selanjutnya dari persamaan regresi berganda tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

a. Makna konstanta sebesar - 0,175

Konstanta (b_0) menunjukkan nilai -0,175 berarti bahwa minat beli (Y) memiliki nilai negatif sebesar -0,175 apabila X_1, X_2, X_3 dan X_4 diabaikan. Artinya apabila variabel *Testifier* (X_1), Variabel *Pembuktian* (X_2), Variabel dialog / aspek verbal (X_3) dan Variabel

seting iklan (X_1) diabaikan maka Minat beli terhadap produk sabun dove negatif sebesar $-0,175$ dan tidak signifikan .

a. Makna Koefisien regresi variabel testifier (X_1)

Besarnya koefisien variabel testifier adalah $0,334$. Angka ini dapat diartikan bahwa setiap ada kenaikan faktor *testifier* sebesar 1% maka akan mempengaruhi meningkatnya minat beli (Y) terhadap sabun dove sebesar $0,334\%$ dengan asumsi variabel yang lain tetap. Ada hubungan positif antara variabel testifier terhadap minat beli produk sabun dove.

b. Makna Koefisien regresi variabel pembuktian (X_2)

Besarnya koefisien variabel testifier adalah $0,274$. Angka ini dapat diartikan bahwa setiap ada kenaikan faktor *pembuktian* sebesar 1% maka akan mempengaruhi meningkatnya minat beli (Y) terhadap produk sabun dove sebesar $0,274\%$ dengan asumsi variabel yang lain tetap. Ada hubungan positif antara variabel pembuktian terhadap minat beli produk sabun dove.

c. Makna Koefisien regresi variabel dialog/aspek verbal (X_3)

Besarnya koefisien variabel testifier adalah $0,149$. Angka ini dapat diartikan bahwa setiap ada kenaikan faktor *dialog aspek verbal* sebesar 1% maka akan mempengaruhi meningkatnya minat beli (Y) terhadap produk sabun dove sebesar $0,149\%$ dengan asumsi variabel

yang lain tetap. Ada hubungan positif antara variabel dialog/aspek verbal terhadap minat beli produk sabun dove.

d. Makna Koefisien regresi variabel Seting iklan (X_4)

Besarnya koefisien variabel seting iklan adalah 0,337. Angka ini dapat diartikan bahwa setiap ada kenaikan faktor *seting iklan* sebesar 1% maka akan mempengaruhi meningkatnya minat beli (Y) terhadap produk sabun dove sebesar 0,337% dengan asumsi variabel yang lain tetap. Ada hubungan positif antara variabel seting iklan terhadap minat beli produk sabun dove.

4.6.2 Uji Secara serentak atau Uji F

Tujuan dari uji serentak atau uji F ini yaitu untuk menguji apakah variabel independen yang terdiri dari komponen *testifier*, *pembuktian*, *dialog aspek verbal*, *seting iklan*. secara serentak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dalam membeli produk sabun dove.

Dari hasil olah data dengan menggunakan program SPSS versi 11.5. melalui tampilan pada tabel anova untuk melihat besarnya nilai F hitung dan tingkat signifikansi, diperoleh hasil sebagai berikut

Tabel 4.6.2
ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	37.386	4	9.346	54.991	.000(a)
	Residual	16.147	95	.170		
	Total	53.532	99			

a Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

b Dependent Variable: Minat beli

Dari hasil olah data tersebut dapat dilakukan pengujian dengan langkah-langkah :

a. Hipotesis

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$$

Artinya Tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (X_i) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$$

Artinya Ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (X_i) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).

b. Menentukan taraf signifikansi sebesar 5%

c. Menguji Hipotesis

Jika angka signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima

Jika angka signifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak

d. Dari Hasil Pengujian secara serentak atau Uji F dengan menggunakan SPSS 11.5 diperoleh nilai F hitung sebesar 54,991 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil daripada taraf signifikansi yang ditentukan ($0,000 \leq 0,05$). Dengan demikian H_0 ditolak.

e. Kesimpulan

H_0 ditolak, berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (X_i) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y). Hal ini berarti variabel komponen *testifier*, *pembuktian*, *dialog aspek verbal*, dan *seting iklan* secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli terhadap sabun dove

4.6.3 Uji Secara Parsial atau Uji t

Untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh antara masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Dengan menggunakan Program SPSS Versi 11.5, dalam mengolah data diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.6.3
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.175	.260		-.675	.501
	X1	.334	.071	.347	4.730	.000
	X2	.274	.076	.277	3.625	.000
	X3	.149	.086	.151	1.722	.088
	X4	.337	.069	.354	4.886	.000

a. Dependent Variable: Y

4.6.3.1 Uji parsial untuk Variabel Komponen *testifier* (X_1)

1) Hipotesis

$$H_0 : b_i = 0$$

Artinya Variabel *testifier* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen

$$H_a : b_i > 0$$

Artinya Variabel *testifier* berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli konsumen

2) Dasar pengambilan keputusan dengan taraf signifikansi 5%

Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima

Jika signifikansi $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak

3) Hasil olah data dengan menggunakan Program SPSS Versi 11.5. menunjukkan :

Untuk variabel *testifier* diperoleh t hitung = 4,730, sedangkan nilai signifikansi = 0,000. karena nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. artinya variabel *testifier* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen

4) Kesimpulan

Variabel *testifier* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli terhadap sabun dove, hal ini juga terlihat pada analisis deskriptif variabel *testifier*, yang menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang cukup baik terhadap indikator-indikator yang terdapat pada variabel *testifier*

4.6.3.2 Uji parsial untuk Variabel Komponen *pembuktian* (X_2)

1) Hipotesis

$$H_0 : b_i = 0$$

Artinya Variabel *pembuktian* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen .

$$H_a : b_i > 0$$

Artinya Variabel *pembuktian* berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli konsumen

2) Dasar pengambilan keputusan dengan taraf signifikansi 5%

Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima

Jika signifikansi $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak

3) Hasil olah data dengan menggunakan Program SPSS Versi 11.5. menunjukkan :

Untuk variabel *pembuktian* diperoleh t hitung = 3,625 sedangkan nilai signifikansi = 0,000. karena nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. artinya variabel *pembuktian* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen

4) Kesimpulan

Variabel *pembuktian* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli terhadap sabun dove, hal ini juga terlihat pada analisis deskriptif variabel *pembuktian*, yang menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang cukup baik terhadap indikator-indikator yang terdapat pada variabel *pembuktian*

4.6.3.3 Uji parsial untuk Variabel Komponen *dialog aspek verbal* (X_3)

1) Hipotesis

$$H_0 : b_i = 0$$

Artinya Variabel *dialog aspek verbal* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen .

$$H_a : b_i > 0$$

Artinya Variabel *dialog aspek verbal* berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli konsumen

2) Dasar pengambilan keputusan dengan taraf signifikansi 5%

Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima

Jika signifikansi $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak

3) Hasil olah data dengan menggunakan Program SPSS Versi 11.5. menunjukkan :

Untuk Variabel *dialog aspek* diperoleh t hitung = 1,722 sedangkan nilai signifikansi = 0, 088. Karena nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel *dialog/ aspek verbal* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen.

4) Kesimpulan

Variabel dialog/ aspek verbal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen. Apabila dibandingkan dengan hasil analisa diskriptif maka dapat disimpulkan bahwa responden memberikan penilaian cukup baik terhadap indikator-indikator dalam variabel dialog/ aspek verbal, tetapi hal ini tidak berpengaruh terhadap minat beli dari responden.

4.6.3.4 Uji parsial untuk Variabel Komponen *setting iklan* (X_4)

1) Hipotesis

$$H_0 : b_i = 0$$

Artinya Variabel *setting iklan* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen .

$$H_a : b_i > 0$$

Artinya Variabel *setting iklan* berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli konsumen

2) Dasar pengambilan keputusan dengan taraf signifikansi 5%

Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima

Jika signifikansi $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak

3) Hasil olah data dengan menggunakan Program SPSS Versi 11.5.

menunjukkan :

Untuk variabel *seting iklan* diperoleh t hitung = 4,886

sedangkan nilai signifikansi = 0,000. karena nilai signifikansi

$\leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. artinya variabel

seting iklan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli

konsumen

4) Kesimpulan

Variabel *seting iklan* berpengaruh secara positif dan signifikan

terhadap minat beli terhadap sabun dove, hal ini juga terlihat

pada analisis deskriptif variabel *seting iklan*, yang menunjukkan

bahwa responden memberikan penilaian yang cukup baik

terhadap indikator-indikator yang terdapat pada variabel *seting*

iklan

Sehingga berdasarkan hasil pengujian secara parsial tersebut diatas dapat

dirangkum ke dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.6.3.4

Uji Parsial

No	Variabel independen	Variabel dependen	kesimpulan
1	Testifier	Minat beli	Ho ditolak
2	Pembuktian	Minat beli	Ho ditolak
3	Dialog / aspek verbal	Minat beli	Ho diterima
4	Setting iklan	Minat beli	Ho ditolak

4.6.4 Analisis Koefisien Determinasi

Digunakan untuk mengetahui tingginya derajat hubungan antara semua variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). jika dihadapkan pula dengan faktor diluar independent yang telah teridentifikasi. Sedangkan untuk mengetahui tingginya derajat hubungan antara semua variabel X secara bersama-sama terhadap variabel Y digunakan korelasi berganda. Koefisien korelasi berganda untuk sampel diberi notasi R, sedangkan koefisien determinasinya diberi notasi R^2 .

Dengan menggunakan program SPSS versi 11.5. dalam mengolah data diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.6.4
Model Summary

Model	R		Adjusted R	Std. Error of the Estimate
	R	Square	Square	
1	.836(a)	.698	.686	.41227

a Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

Hasil pengolahan data diatas menunjukkan nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,836 dan koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,698

Besarnya nilai koefisien korelasi berganda sebesar 0,836 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel komponen *testifier*, *pembuktian*, *dialog aspek verbal*, dan *seting iklan* terhadap minat beli konsumen terhadap sabun dove.

Sedangkan hasil koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,698 mempunyai arti bahwa variabel komponen *testifier*, *pembuktian*, *dialog aspek verbal*, dan *seting iklan berpengaruh sebesar 69,8 % terhadap minat beli konsumen terhadap sabun dove*. Sedang sisanya sebesar 30,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak terdapat dalam model.