

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum kuesioner sebagai alat pengumpul data disebarkan kepada seratus responden terpilih, terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas menunjukkan apakah item-item kuesioner yang disusun tersebut benar-benar mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *software SPSS* versi 12 dengan membandingkan hasil *corrected item-total correlation* (sebagai r hasil) dengan r tabel ($df = n - 2$, $\alpha = 5\%$) yang diperoleh nilai 0.361. Item kuesioner dikatakan valid jika nilai r hasil $>$ r tabel, sebaliknya jika r hasil $<$ r tabel, maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji reliabilitas instrument menunjukkan apakah kuesioner yang telah disusun sebagai alat pengumpul data tersebut memberikan hasil yang relatif konsisten apabila digunakan di tempat dan waktu yang berlainan. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dengan menggunakan bantuan *software SPSS* versi 12 dengan membandingkan nilai *cronbach's alpha* dengan r tabel. Jika nilai *cronbach's alpha* $>$ r tabel, maka dinyatakan reliabel. Sebaliknya jika nilai *cronbach's alpha* $<$ r tabel, maka hasil pengujian dinyatakan tidak reliabel.

Hasil pengujian validitas dan reliabilitas tersaji pada Tabel 4.1 sampai dengan Tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Minat Beli (Y)

Item	R hasil	Alpha	R Tabel	R Tabel
Y1	0.689	0.767	0.361	Valid dan Reliabel
Y2	0.593		0.361	Valid dan Reliabel
Y3	0.609		0.361	Valid dan Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2005

Berdasar Tabel 4.1, semua nilai item r hasil dan nilai alpha variabel minat beli konsumen memiliki nilai diatas r tabel, sehingga dapat disimpulkan item-item tersebut **Valid dan Reliabel**.

Tabel 4.2

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Daya Tarik *Endorser* (X1)

Item	R hasil	Alpha	R Tabel	Keterangan
X11	0.564	0.752	0.361	Valid dan Reliabel
X12	0.606		0.361	Valid dan Reliabel
X13	0.580		0.361	Valid dan Reliabel
X14	0.452		0.361	Valid dan Reliabel
X15	0.398		0.361	Valid dan Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2005

Berdasar Tabel 4.2, diketahui semua nilai r hasil dan nilai alpha variabel daya tarik *endorser* menunjukkan nilai diatas r tabel, sehingga dapat disimpulkan item-item tersebut **Valid dan Reliabel**.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Keahlian *Endorser* (X2)

Item	R hasil	Alpha	R Tabel	Keterangan
X21	0.404	0.804	0.361	Valid dan Reliabel
X22	0.531		0.361	Valid dan Reliabel
X23	0.675		0.361	Valid dan Reliabel
X24	0.744		0.361	Valid dan Reliabel
X25	0.604		0.361	Valid dan Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2005

Berdasar Tabel 4.3, semua nilai r hasil item-item kuesioner dan nilai alpha variabel keahlian *endorser* memiliki nilai diatas r tabel, sehingga dapat disimpulkan item-item tersebut **Valid dan Reliabel**.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kepercayaan *Endorser* (X3)

Item	R hasil	Alpha	R Tabel	Keterangan
X31	0.481	0.777	0.361	Valid dan Reliabel
X32	0.630		0.361	Valid dan Reliabel
X33	0.698		0.361	Valid dan Reliabel
X34	0.535		0.361	Valid dan Reliabel
X35	0.426		0.361	Valid dan Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2005

Berdasar Tabel 4.4, semua item dan nilai alpha variabel kepercayaan *endorser* memiliki nilai diatas r tabel, sehingga dapat disimpulkan item-item tersebut **Valid dan Reliabel**.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan, karena semua item kuesioner yang telah disusun memiliki nilai r hasil dan alpha di atas nilai r tabel, maka kuesioner tersebut layak untuk digunakan sebagai alat pengumpul data.

4.2. Karakteristik Responden

Pada bagian ini, peneliti ingin menyampaikan hasil persebaran data karakteristik responden yang berupa jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan per bulan. Persebaran karakteristik 100 responden selanjutnya seperti tersaji pada Tabel 4.5 sampai dengan Tabel 4.9 berikut.

Tabel 4.5
Persebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		JENIS KELAMIN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	69	69,0	69,0	69,0
	perempuan	31	31,0	31,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer diolah, 2005

Berdasarkan Tabel 4.5, dapat diketahui dari seratus (100) responden terpilih, mayoritas responden penelitian ini adalah berjenis kelamin laki-laki. Hal ini ditunjukkan dengan nilai prosentase sebesar 69%. Sementara responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 31 orang atau 31%.

Tabel 4.6
Persebaran Responden Berdasarkan Usia

USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-20	10	10,0	10,0	10,0
	21-30	32	32,0	32,0	42,0
	31-40	42	42,0	42,0	84,0
	> 40	16	16,0	16,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer diolah, 2005

Berdasarkan usia responden, dari seratus orang yang diteliti 42 orang diataranya berusia 31 - 40 tahun, 32 orang berusia 20 – 30 tahun, dan 16 orang berusia > 40 tahun. Sementara ada 10 orang responden yang berusia < 20 tahun. Hal ini dapat dikatakan persebaran usia responden cukup merata, satu sama lain tidak ada yang mendominasi.

Tabel 4.7
Persebaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

TINGKAT PENDIDIKAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< SMU	24	24,0	24,0	24,0
	D3 / Diploma	4	4,0	4,0	28,0
	S1	69	69,0	69,0	97,0
	> S1	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer diolah, 2005

Tabel 4.7 di atas menunjukkan tingkat pendidikan responden didominasi oleh pendidikan S1 (Strata 1) yang berjumlah 69 orang.

Sementara 24 orang berpendidikan SMU, empat (4) orang memiliki jenjang pendidikan D3, dan sisanya tiga (3) orang berpendidikan S2 (strata 2).

Tabel 4.8
Persebaran Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

JENIS PEKERJAAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PETANI	2	2,0	2,0	2,0
PNS	32	32,0	32,0	34,0
SWASTA	29	29,0	29,0	63,0
MAHASISWA/I	37	37,0	37,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer diolah, 2005

Dari seratus responden terpilih, diketahui 37 orang merupakan mahasiswa/pelajar. 32 orang lainnya berprofesi sebagai pegawai negeri, 29 orang merupakan karyawan swasta, dan sisanya 2 orang berprofesi sebagai petani.

Tabel 4.9
Persebaran Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan

TINGKAT PENGHASILAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 999.999	29	29,0	29,0	29,0
Rp 1.000.000 - Rp 2.999.999	60	60,0	60,0	89,0
Rp 3.000.000 - 4.999.000	8	8,0	8,0	97,0
>= Rp 5.000.000	3	3,0	3,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer diolah, 2005

Berdasarkan tingkat penghasilan responden, mayoritas diduduki oleh responden yang memiliki penghasilan atau uang saku sebesar Rp 1.000.000 – Rp 2.999.999 sebanyak 60 orang. 29 orang responden berpenghasilan Rp < 999.999. Sementara yang memiliki penghasilan Rp 3.000.000 – 4.999.999 dan Rp > 5.000.000 masing-masing sebanyak 8 dan 3 orang.

4.3. Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

4.3.1. Hasil Regresi Linier Berganda

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dirumuskan di bab 1 dan bab 2, maka data yang sudah terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen (dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel, yaitu: daya tarik *endorser* (X_1), keahlian *endorser* (X_2), dan kepercayaan *endorser* (X_3)) terhadap variabel dependen (minat beli konsumen; Y).

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, hipotesis yang diuji dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara daya tarik *endorser* (X_1), keahlian *endorser* (X_2), dan kepercayaan *endorser* (X_3), terhadap minat beli konsumen atas produk sepeda motor Yamaha Jupiter (Y).

H_1 : Terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara daya tarik *endorser* (X_1), keahlian *endorser* (X_2), dan

kepercayaan *endorser* (X_3) terhadap minat beli konsumen atas produk sepeda motor Yamaha Jupiter (Y).

Keputusan:

Jika $\text{sig} < \alpha$ (0.05) atau F hitung $>$ F tabel, maka H_0 ditolak atau menerima H_1 , artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.10

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Partial (r)	R ²	F	R Square
	B	Std. Error						
1 (constant)	-0,966	0,567	-1,702	0,092				
DAYA TARIK ENDORSER	0,242	0,051	4,796	0,000	0,440	0,194		
KEAHLIAN ENDORSER	0,164	0,060	2,720	0,008	0,267	0,071		
KEPERCAYAAN ENDORSER	0,304	0,050	6,074	0,000	0,527	0,278		
TOTAL							118,381	0,787

Sumber: Data Primer diolah, 2005

Berdasarkan Tabel 4.10 tersebut diatas, maka dapat diinterpretasikan beberapa hal sebagai berikut:

1. Untuk persamaan regresi linier berganda, nilai konstanta yang dihasilkan sebesar -0.966 menunjukkan bahwa apabila ketiga variabel independen tersebut diabaikan/tidak diteliti, maka tidak akan terdapat minat beli pada diri konsumen terhadap produk motor Yamaha Yamaha Jupiter.
2. Nilai koefisien regresi masing-masing variabel independen bertanda positif ($X_1=0.242$, $X_2=0.164$, dan $X_3=0.304$). Artinya ketiga

variabel independen tersebut berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Artinya semakin tinggi daya tarik *endorser*, semakin ahli *endorser* menyampaikan pesan iklan, dan semakin tinggi kepercayaan *endorser*, maka semakin tinggi pula minat beli.

3. Selain itu, berdasarkan nilai masing-masing koefisien regresi pula; $X_1 = 0.242$, $X_2 = 0.164$, dan $X_3 = 0.304$ diperoleh hasil bahwa kepercayaan *endorser* (X_3) memiliki nilai koefisien regresi terbesar. Hal ini menunjukkan kepercayaan *endorser* memiliki pengaruh yang paling besar terhadap minat beli konsumen.

4. Hasil Uji Keberartian t

Pengujian statistik t ini akan menguji hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial/sendiri-sendiri antara variabel independen (terdiri atas daya tarik *endorser* (X_1), keahlian *endorser* (X_2), dan kepercayaan *endorser* (X_3)) terhadap minat beli konsumen atas produk sepeda motor Yamaha Jupiter (Y).

H_1 : Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial/sendiri-sendiri antara variabel independen (yang terdiri atas daya tarik *endorser* (X_1), keahlian *endorser* (X_2), dan kepercayaan *endorser* (X_3)) terhadap minat beli konsumen atas produk sepeda motor Yamaha Jupiter (Y).

Keputusan:

kepercayaan *endorser* (X_3) terhadap minat beli konsumen atas produk sepeda motor Yamaha Jupiter (Y).

Keputusan:

Jika $\text{sig} < \alpha$ (0.05) atau F hitung $> F$ tabel, maka H_0 ditolak atau menerima H_1 , artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.10

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Partial (r)	R ²	Sig.	R Square
	B	Std. Error						
1 (constant)	-0,966	0,567	-1,702	0,092				
DAYA TARIK ENDORSER	0,242	0,051	4,796	0,000	0,440	0,194		
KEAHLIAN ENDORSER	0,164	0,060	2,720	0,008	0,267	0,071		
KEPERCAYAAN ENDORSER	0,304	0,050	6,074	0,000	0,527	0,278		
TOTAL							0,000	0,787

Sumber: Data Primer diolah, 2005

Berdasarkan Tabel 4.10 tersebut diatas, maka dapat diinterpretasikan beberapa hal sebagai berikut:

1. Untuk persamaan regresi linier berganda, nilai konstanta yang dihasilkan sebesar -0.966 menunjukkan bahwa apabila ketiga variabel independen tersebut diabaikan/tidak diteliti, maka tidak akan terdapat minat beli pada diri konsumen terhadap produk motor Yamaha Yamaha Jupiter.
2. Nilai koefisien regresi masing-masing variabel independen bertanda positif ($X_1=0.242$, $X_2=0.164$, dan $X_3=0.304$). Artinya ketiga

variabel independen tersebut berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Artinya semakin tinggi daya tarik *endorser*, semakin ahli *endorser* menyampaikan pesan iklan, dan semakin tinggi kepercayaan *endorser*, maka semakin tinggi pula minat beli.

3. Selain itu, berdasarkan nilai masing-masing koefisien regresi pula; $X_1 = 0.242$, $X_2 = 0.164$, dan $X_3 = 0.304$ diperoleh hasil bahwa kepercayaan *endorser* (X_3) memiliki nilai koefisien regresi terbesar. Hal ini menunjukkan kepercayaan *endorser* memiliki pengaruh yang paling besar terhadap minat beli konsumen.

4. Hasil Uji Keberartian t

Pengujian statistik t ini akan menguji hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial/sendiri-sendiri antara variabel independen (terdiri atas daya tarik *endorser* (X_1), keahlian *endorser* (X_2), dan kepercayaan *endorser* (X_3)) terhadap minat beli konsumen atas produk sepeda motor Yamaha Jupiter (Y).

H_1 : Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial/sendiri-sendiri antara variabel independen (yang terdiri atas daya tarik *endorser* (X_1), keahlian *endorser* (X_2), dan kepercayaan *endorser* (X_3)) terhadap minat beli konsumen atas produk sepeda motor Yamaha Jupiter (Y).

Keputusan:

Jika $\text{sig} < \alpha$ (0.05) atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak atau menerima H_1 , artinya variabel independen secara parsial/sendiri-sendiri berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

1. Berdasarkan hasil uji t (Tabel 4.10), dapat disimpulkan daya tarik *endorser* (X_1) secara parsial atau secara sendiri-sendiri berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen (Y).

Hal ini ditunjukkan dengan nilai $\text{sig} = 0.000 < 0.05$ atau signifikan pada 0.01. Dengan demikian **hipotesis 2a terbukti**.

2. Berdasarkan hasil uji t (Tabel 4.10), dapat disimpulkan keahlian *endorser* (X_2) secara parsial atau secara sendiri-sendiri berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen (Y).

Hal ini ditunjukkan dengan nilai $\text{sig} = 0.008 < 0.010$ atau signifikan pada 0.10. Dengan demikian **hipotesis 2b terbukti**.

3. Berdasarkan hasil uji t (Tabel 4.10), dapat disimpulkan kepercayaan *endorser* (X_3) secara parsial atau secara sendiri-sendiri berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen (Y).

Hal ini ditunjukkan dengan nilai $\text{sig} = 0.000 < 0.05$ atau signifikan pada 0.01. Dengan demikian **hipotesis 2c terbukti**.

5. Berdasarkan hasil koefisien determinan (r^2) masing-masing independen variabel ($X_1=0,194$, $X_2=0,071$, $X_3= 0,278$), maka dapat diketahui bahwa variabel kepercayaan terhadap *endorser* secara parsial / sendiri-sendiri mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap minat beli konsumen.

6. Hasil uji F

Ho1 : daya tarik *endorser* ($X1$), keahlian *endorser* ($X2$), dan kepercayaan *endorser* ($X3$) secara bersama-sama tidak berpengaruh positif terhadap variabel dependen (minat beli konsumen yang dinotasikan dengan Y).

Ha1 : daya tarik *endorser* ($X1$), keahlian *endorser* ($X2$), dan kepercayaan *endorser* ($X3$) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap variabel dependen (minat beli konsumen yang dinotasikan dengan Y).

Keputusan:

- a. Ho ditolak jika probabilitas signifikansi $< \alpha$, artinya variabel X secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.
- b. Ho diterima jika probabilitas signifikansi $> \alpha$ dimana variabel X secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.

Berdasarkan hasil uji F (Anova), diketahui dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0.05$) secara bersama-sama keempat independen variabel yang diteliti (daya tarik *endorser* ($X1$), keahlian *endorser* ($X2$), dan kepercayaan *endorser* ($X3$)) berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Y), hal ini ditunjukkan dari nilai sig = 0.000 $<$ 0.05, dengan demikian **hipotesis 1 terbukti.**

7. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, dapat diketahui nilai koefisien determinasi ($\text{adj } R^2$) sebesar 0.781. Hal ini berarti 78.1% minat beli konsumen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas (variabel independen), sisanya ($100\% - 78.1\% = 21.9\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
8. Kuesioner yang disusun sebagai instrumen alat pengumpulan data, menyertakan lima item pertanyaan atas variabel kepercayaan terhadap *endorse*. Berdasarkan analisis *descriptive* yang ditunjukkan melalui nilai *mean* yang paling besar, item nomor dua merupakan item yang paling dominan mempengaruhi minat beli konsumen atas produk sepeda motor Yamaha Jupiter. Item yang dimaksud adalah sebagai berikut: „dalam menyampaikan pesan iklan sepeda motor Yamaha Jupiter, Komeng mengatakan dengan jujur“. Hal ini dapat dilihat sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4.13
Item Yang Paling Dominan

		X31	X32	X33	X34	X35
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		2,69	3,43	2,61	3,24	2,62

Sumber: Data Primer Diolah, 2005