



### **BAB III**

#### **PENYAJIAN DATA**

#### **A. Gambaran Singkat PT. L'Oréal Indonesia**

##### 1. Sejarah PT. L'Oréal

Grup L'Oréal hadir pertama kalinya di Indonesia pada tahun 1979 dengan mendistribusikan Lancôme, salah satu merek luxury. Beberapa merek Grup L'Oréal lainnya pada kategori luxury di tahun-tahun berikutnya pun turut meramaikan pasar Indonesia seperti parfum Guy Laroche, Cacharel dan Ralph Lauren. Pada tahun 1985, Grup L'Oréal menjalin kerja sama dengan perusahaan lokal dan mendirikan perusahaan manufaktur, PT Yasulor Indonesia. Di tahun 1993, Grup L'Oréal mengambil alih seluruh pengawasan operasionalnya di Indonesia dan mulai tahun 2000 membentuk entitas PT L'Oréal Indonesia.

Hingga kini, kegiatan usaha L'Oréal di Indonesia difokuskan pada kedua entitas tersebut, yaitu: PT L'Oréal Indonesia yang menangani aktivitas pemasaran dan pendistribusian merek-merek L'Oréal, dan PT Yasulor Indonesia yang memproduksi produk-produk perawatan kulit dan rambut pada segmen mass market untuk memenuhi kebutuhan pasar domestik dan Asia Tenggara.

PT L'Oréal Indonesia senantiasa berkomitmen untuk menjadi warga negara korporat yang bertanggung jawab melalui partisipasi aktif di bidang sosial kemasyarakatan. Di tahun 2009, PT L'Oréal Indonesia menerima penghargaan dari Asia Responsible Entrepreneurship Award Indonesia untuk

kategori Kepedulian Masyarakat, serta menerima Anugerah Peduli Pendidikan dari Kementerian Pendidikan Nasional di tahun 2010, yang mengukuhkan pengakuan atas komitmen berkelanjutan Perusahaan khususnya terhadap sektor pendidikan, ilmu pengetahuan, dan kesetaraan perempuan di Indonesia.<sup>1</sup>

Gambar 3.1

Logo PT. Loreal



### **Bisnis L'Oréal**

- Grup kosmetika no 1 di dunia
- Seabad keahlian di bidang kosmetika
- 19,5 milyar Euro penjualan gabungan di tahun 2010
- 23 brand\* global
- 130 negara
- 66.600 karyawan
- 612 paten didaftarkan di tahun 2010

*\* Penjualan tahunan brand-brand ini melebihi 50 juta euro*

Selama seabad lebih, penelitian ilmiah telah menjadi jantung dari inovasi L'Oréal. Kami terus berinovasi seraya mengakomodasi harapan konsumen di seluruh dunia.

---

<sup>1</sup> [http : //www. l'oreal.co.id](http://www.l'oreal.co.id) diakses pada tanggal 15 Agustus 2012



### **Fakta penting**

- 3.420 karyawan R&I dari 60 kewarganegaraan bekerja di 30 bidang berbeda
- 665 juta Euro didedikasikan pada penelitian kosmetika dan dermatologi di tahun 2010
- 18 pusat riset di seluruh dunia dan 12 pusat evaluasi di dunia
- 1/3 dari anggaran R&I didedikasikan untuk Advanced Research
- 5.000 formula dikembangkan setiap tahunnya
- 612 paten didaftarkan pada tahun 2010
- 100 perjanjian kerjasama dengan lembaga pendidikan dan penelitian terkemuka

### **L'Oréal dan keuangan.**

L'Oréal menghasilkan penjualan sebesar 19,5 milyar Euro di tahun 2012 dan investasi kami pada aset berwujud dan tidak berwujud adalah sebesar 628 juta euro. Biaya pengadaan kami di seluruh dunia adalah sekitar 1 milyar Euro setahun.

### **L'Oréal sebagai tempat bekerja.**

Keselamatan dan kesejahteraan karyawan adalah yang terpenting. L'Oréal berkomitmen untuk menyediakan lingkungan kerja dimana bakat dapat terus berkembang, dan karyawan dapat menjadi bagian dari komunitas yang terus terpacu, beragam dan multikultural.

### **L'Oréal dan lingkungan.**

Walaupun dampak L'Oréal terhadap lingkungan relatif rendah, L'Oréal berkomitmen untuk menguranginya lebih lanjut melalui program ambisius yang bertujuan mengurangi emisi gas rumah kaca, konsumsi air dan limbah.



Komitmen tidak sebatas mengurangi dampak. Secara aktif, senantiasa mempromosikan pentingnya pemeliharaan lingkungan, dan berusaha menyeimbangkan antara penggunaan bahan baku alami dan buatan (kimia) dalam mengembangkan formula baru.

### **L'Oréal di masyarakat.**

L'Oréal percaya bahwa dalam memenuhi kebutuhan kecantikan masyarakat dapat berkontribusi dalam hal kesejahteraan dan kepercayaan diri. Melalui L'Oréal Corporate Foundation, menggali cara untuk meningkatkan lebih jauh lagi kontribusi positif sosial, dan menginvestasikan anggaran multi-tahunan sebesar 40 juta Euro bagi program-program yang memberikan manfaat nyata bagi masyarakat di seluruh dunia.<sup>2</sup>

## **2. Produk Garnier Men**

Berkat jangkauan yang luar biasa dari merek-merek internasional dan ketersediaan di seluruh jalur distribusi, Lore'al menjadi satu-satunya grup kosmetika yang mampu memenuhi seluruh kebutuhan kecantikan, di semua tingkatan harga dan gaya hidup, di seluruh belahan dunia. PT Lore'al ingin konsumen dimana pun mereka berada untuk dapat menjangkau produk-produk yang tersedia di berbagai outlet sesuai dengan gaya hidup mereka

L'Oréal saat ini hadir di Indonesia dengan 15 mereknya yang terbagi dalam 3 kategori; luxury, consumer dan professional (salon) melalui beragam jalur distribusi. Merek-merek tersebut adalah: L'Oréal Paris; Maybelline New York; Garnier; L'Oréal Professionel; Kérastase Paris; Matrix; Lancôme;

---

<sup>2</sup> [http : //www. l'oreal.co.id](http://www.l'oreal.co.id) diakses pada tanggal 20 Agustus 2012



Biotherm; Shu Uemura; Yves Saint Laurent; Kiehl's; parfum Ralph Lauren, Giorgio Armani, dan Diesel; serta The Body Shop yang didistribusikan melalui PT. Monica Hijau Lestari.

Kerap kali tanpa disadari banyak pria menggunakan pembersih wajah milik wanita. Tapi apa salahnya, toh tidak ada masalah resistensi atau alergi pada pria yang menggunakannya. Faktanya adalah tekstur kulit pria sangat berbeda dengan kulit wanita, sehingga pembersih wajah wanita tidak akan punya manfaat yang maksimal jika digunakan oleh pria. Jadi tahu sebabnya kenapa pria harus punya pembersih wajah sendiri khusus untuk kulit pria.

Garnier Indonesia memperkenalkan Garnier Men, produk perawatan wajah yang diciptakan khusus untuk kulit pria, menjadikan kulit lebih bersih, cerah, bebas minyak, dan terasa dingin menyegarkan. Efek ini muncul dari perpaduan antara bahan alami dan teknologi, yang menjadikan rangkaian produk Garnier Men Turbo Light Oil Control memiliki formula yang segar dan ringan untuk kulit.

Produk Garnier Men sendiri telah diterima dengan baik oleh para pria di berbagai negara seperti India, Thailand, Malaysia, China dan Singapura. Dengan jumlah pria sebanyak 120 juta orang, Indonesia merupakan pasar yang sangat potensial. Hadirnya produk berkualitas yang terjangkau ini, para pria di Indonesia akan semakin rajin menjaga kebersihan kulitnya.

Kebanyakan pria di Indonesia sebenarnya sudah mulai tergerak untuk membersihkan dan merawat kulit wajah mereka. Hanya saja, berdasarkan data dari Maxus 3D Data, 41% pria Indonesia ternyata masih menggunakan produk



wanita. “Kulit pria dan wanita tidak sama. Pria cenderung lebih banyak bergerak dan berkeringat, karenanya pembersihan dan perawatan wajah dengan produk yang khusus diciptakan untuk kulit pria pun menjadi penting untuk dilakukan,” ungkap William Lumentut, Head of Marketing Garnier Indonesia.<sup>3</sup>

Berdasarkan survei yang telah dilakukan oleh sebuah lembaga independen, IPSOS, terhadap 98 orang pria di Indonesia, 93% responden menyatakan setuju bahwa Garnier Men Turbo Light Oil Control Icy Scrub yang merupakan produk pembersih wajah terbaik yang pernah mereka gunakan. Garnier Men telah sukses masuk ke jajaran 3 besar produk perawatan kulit wajah pria di banyak negara Asia.<sup>4</sup>

Gambar 3.2  
Produk Garnier Men



### 3. Pasha Ungu sebagai *Brand Ambassador* Produk Garnier Men

Garnier Indonesia mengumumkan penunjukan pasha ungu sebagai *brand ambassador* produk Garnier Men. Pemilihan pasha ungu sebagai *brand ambassador* bukan tanpa alasan. Pasha ungu yang salah satu personil sekaligus pentolan grup band ungu yang pernah dinobatkan sebagai grup band terbaik Indonesia ini dinilai mampu menginspirasi banyak pria di Indonesia melalui karya-karyanya. “Kami merasa terhormat dan senang atas kepercayaan Garnier

<sup>3</sup> <http://www.maxusdata.com> diakses pada tanggal 21 Agustus 2012

<sup>4</sup> <http://www.ipsosdata.com> diakses pada tanggal 21 Agustus 2012



Men terhadap kami. Nilai yang sama-sama kami setuju adalah pria juga perlu membersihkan & merawat kulit. Sebagai entertainer, kami ingin bisa menampilkan performa terbaik untuk penggemar. Menjaga kulit penting untuk bisa tampil prima, agar tidak mengecewakan penggemar.” Ucap Pasha Ungu mengomentari penunjukkan ungu sebagai *brand ambassador* garnier men.<sup>5</sup>

Bagi personil ungu, membersihkan wajah bukanlah hal yang tabu untuk dilakukan mengingat kulit wajah yang bersih bisa menunjang penampilan. Selain prestasi di dunia musik, penunjukkan ungu sebagai *brand ambassador* garnier men juga didasarkan pada penilaian terhadap karakter seluruh personil ungu mencerminkan maskulinitas pria Indonesia. Dengan menjadikan Pasha ungu sebagai *brand ambassador* Garnier Men, pihak dari produk Garnier berharap semakin banyak pria menyadari pentingnya membersihkan wajah menggunakan produk untuk kulit pria di Indonesia kini bisa membersihkan wajahnya tanpa harus takut kehilangan maskulinitas.

“Sebelumnya, kami menggunakan produk untuk wanita seperti yang dipakai pasangan kami. Untungnya sekarang ada garnier men. Sebagai pria kita senang yang simpel, melihat Pasha mencuci muka dengan garnier men, kita bisa melihat hasilnya. Setelah dicoba ternyata segar sekali, kulit juga jadi lebih bersih, cerah, dan bebas minyak,” tambah Oncy.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> <http://www.rilekmedia.com> diakses pada tanggal 21 Agustus 2012

<sup>6</sup> <http://www.rilekmedia.com> diakses pada tanggal 21 Agustus 2012

Gambar 3.3

Pasha Ungu sebagai *Brand Ambassador* Garnier Men



## B. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

### a. Gambaran Secara Geografis

Kelurahan Jemur Wonosari adalah salah satu wilayah kelurahan yang berada di kecamatan Wonocolo kota Surabaya. Dimana kelurahan yang mempunyai luas wilayah 105,8 Ha ini merupakan daerah dataran rendah.

Adapun batas-batas wilayah kelurahan wonocolo adalah sebagai berikut:

1. Sebelah utara : Berbatasan dengan kelurahan margorejo
2. Sebelah selatan : Berbatasan dengan kelurahan siwalankerto
3. Sebelah timur : Berbatasan dengan kelurahan kendangsari
4. Sebelah barat : Berbatasan dengan kelurahan ketintang

Kelembapan udara rata-rata minimum 42% dan maksimum 96%.

Tekanan udara rata-rata minimum 1.005,38 Mbs dan maksimum 1.014,41 Mbs.

Temperatur rata-rata minimum 23,3 °C dan maksimum 35,2 °C. Curah Hujan rata-rata 183,2 mm, curah hujan diatas 200 mm terjadi pada bulan Desember s/d

Mei. Kecepatan Angin rata-rata 7,0 Knot dan maksimum 26,3 Knot. Topografi

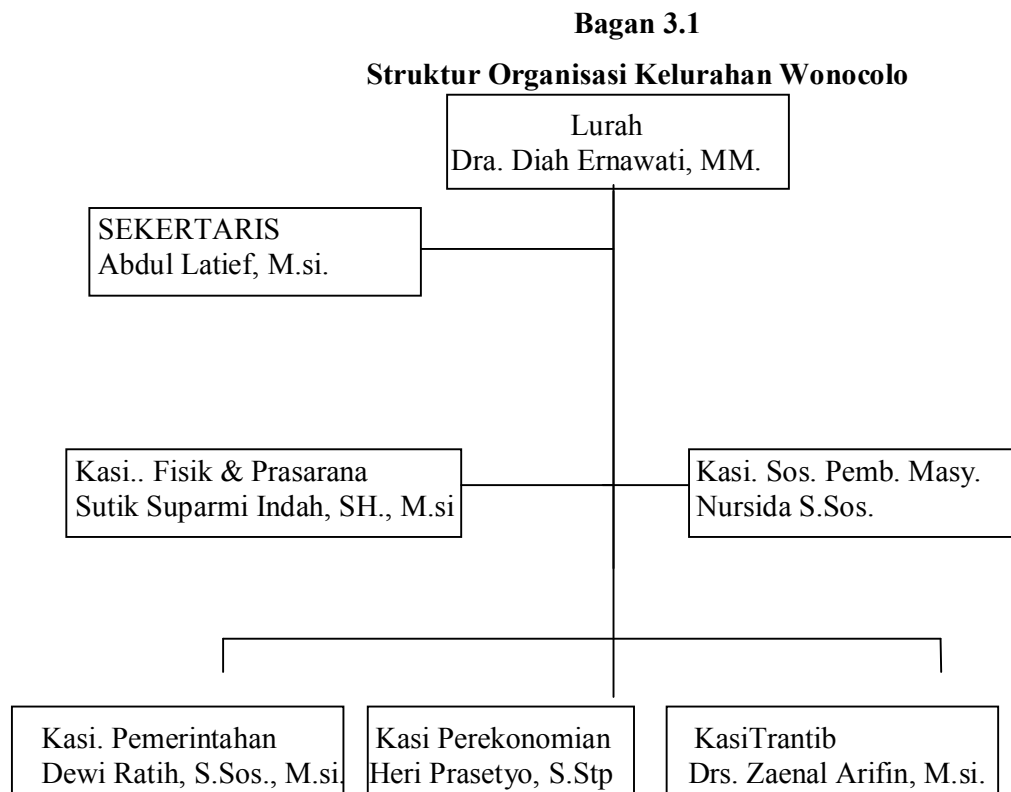




80% dataran rendah, ketinggian 3-6 m, kemiringan < 3 %, 20% perbukitan dengan gelombang rendah, ketinggian < 30 m dan kemiringan 5-15%.<sup>7</sup>

Dilihat dari sudut geografisnya, kelurahan Jemur Wonosari tidak sulit untuk melakukan komunikasi dengan masyarakat yang lainnya karena letaknya pada dataran rendah dan bisa dijangkau dengan kendaraan apapun.

### 1. Struktur Organisasi kelurahan



### 2. Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk kelurahan Jemur Wonosari pada tahun 2012 berdasarkan sensus ada 10.186 orang. Untuk lebih jelasnya peneliti akan menguraikan dalam bentuk tabel seperti berikut:

<sup>7</sup> <http://www.surabaya.go.id>



**Tabel 3.2**

**Jumlah Pendudukan**

No.	Keterangan	Jumlah
1	Laki-laki	4679
2	Perempuan	5507
3	Jumlah keseluruhan	10186

Sumber data : laporan bulanan kelurahan pada bulan Juli 2012  
Kel. Jemur Wonosari

3. Pendidikan

Keadaan penduduk kelurahan Jemur Wonosari Dilihat  
berdasarkan jumlah penduduk adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.3**

**Data Pendidikan**

SD	SMP	SMA	AKADEMI/DIPLOMA	S1	S2	S3
685	556	748	670	250	125	122

Sumber data : monografi kel. Jemur Wonosari

4. Menurut Usia

**Tabel 3.4**

**Jumlah Penduduk Menurut Usia**

<5 th		6 th s/d 9 th		10 th s/d 16 th		17 th	
L	P	L	P	L	P	L	P
999	978	617	660	661	662	571	632



18 th s/d 24 th		25 th s/d 35 th		36 th s/d 59 th		>60 th	
L	P	L	P	L	P	L	P
440	540	545	544	538	537	428	954

Sumber data : monografi Jemur Wonosari

Tidak semua data yang diperoleh dengan sempurna dan sesuai keinginan peneliti dikarenakan perbedaan latar belakang pendidikan, motivasi, dan kemampuan individu dalam administrasi data kelurahan serta faktor - faktor yang berhubungan dengan sumber daya manusia yang di hadapi peneliti ketika dilapangan membutuhkan waktu, pikiran, dan tenaga yang banyak.

### c. Deskripsi Data Penelitian

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai hasil-hasil yang diperoleh setelah melakukan penelitian. Hasil penelitian meliputi identifikasi mengenai karakteristik responden yang menjadi subyek penelitian dimana responden merupakan warga kelurahan Jemur Wonosari. Data diperoleh dari kuesioner yang telah diisi oleh responden. Seluruh data akan dibahas serta diberikan penafsiran secara langsung dengan mengolah data tersebut yang dimasukkan pada tabel frekuensi. Tabel tersebut ditujukan untuk mengetahui serta menggambarkan distribusi jawaban responden pada setiap indikator variabel.

Teknik pengumpulan merupakan jenis ukuran yang dipakai untuk menentukan nilai dari tinggi rendahnya variabel - variabel yang tercakup dalam penelitian. Teknik pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi subvariabel. Kemudian subvariabel dijabarkan menjadi komponen-komponen yang dapat diukur.



Setiap item pertanyaan disediakan lima alternatif jawaban (sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju) yang memiliki nilai 1-5, untuk jawaban SS memiliki nilai 5, jawaban S memiliki nilai 4, jawaban R memiliki nilai 3, jawaban TS memiliki nilai 2 sedangkan jawaban STS memiliki nilai 1.

Untuk pedoman pengambilan sampel, maka apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Agar diperoleh hasil penelitian yang lebih baik, diperlukan sampel yang baik pula, yakni betul-betul mencerminkan populasi. Supaya perolehan sampel lebih akurat, diperlukan rumus-rumus penentuan besarnya. Oleh karena itu, yang perlu diperhatikan ketika menentukan besarnya sampel adalah jumlah populasi, karakteristik populasi, dan tingkat kesalahan yang ditoleransi.

Selanjutnya, pengambilan jumlah subyeknya tergantung pada setidaknya tidaknya:

- a. Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga, dan dana
- b. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subyek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data.
- c. Besar kecilnya resiko yang ditanggung peneliti.<sup>8</sup>

Kemudian peneliti hanya mengambil 10% dari jumlah populasi yang diambil mendapatkan jumlah sampel sebanyak 44 responden.

---

<sup>8</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hal. 112

1) Identitas responden

Identitas responden yang dimasukkan terdiri atas jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, dan pendidikan terakhir. Seluruh responden yang diambil peneliti adalah laki – laki dikarenakan produk garnier men adalah produk perawatan kulit khusus untuk laki – laki.

**Tabel 3.5**  
**Identitas Responden Berdasarkan Usia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
18 t	3	6.8	6.8	25.0
19 t	2	4.5	4.5	29.5
20 t	2	4.5	4.5	34.1
21 t	1	2.3	2.3	36.4
22 t	1	2.3	2.3	38.6
23 t	5	11.4	11.4	50.0
24 t	2	4.5	4.5	54.5
25 t	1	2.3	2.3	56.8
26 t	4	9.1	9.1	65.9
27 t	5	11.4	11.4	77.2
28 t	6	13.6	13.6	90.9
29 t	2	4.5	4.5	95.4
30 t	1	2.3	2.3	97.4
32 t	1	2.3	2.3	100.0
Total	44	100.0	100.0	

Sumber: Olahan data peneliti menggunakan spss for windows 16.00

Dari tabel di atas diketahui bahwa berdasarkan usia responden yang diambil pada 44 koresponden kelurahan Jemur Wonosari yang paling muda

adalah umur 18 tahun sebanyak 3 orang dan yang paling tua adalah umur 32 tahun sebanyak satu orang. Pada responden paling banyak adalah pada usia 23 tahun, 27 tahun, dan 28 tahun, sedangkan yang paling sedikit adalah pada usia 21 tahun, 22 tahun, dan 25 tahun.

**Tabel 3.6**  
**Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Mahasiswa	12	34.1	34.1	34.1
Pegawai S	2	4.5	4.5	38.6
Pelajar	11	22.5	22.5	59.1
PNS	9	20.5	20.5	79.5
Wiraswast	10	21.5	21.5	100.0
Total	44	100.0	100.0	

Sumber: olahan data peneliti menggunakan spps for windows 16.00

Berdasarkan dengan tabel diatas diketahui bahwa 34,1 % atau 12 responden adalah mahasiswa, 4,5 % atau 2 responden adalah pegawai swasta, 22,5% atau 11 responden adalah pelajar, 20,5% atau 9 responden dari identitas responden menurut jenis pekerjaan pegawai negeri sipil (PNS), dan 21,5 % responden adalah wiraswasta.

**Tabel 3.7**  
**Daftar Nama Responden ( Sampel )**

No.	Nama	L / P	Usia	Pekerjaan
1	Atid Thobrani	L	29 tahun	PNS
2	Ifan Rasyid	L	23 tahun	Mahasiswa
3	Ahmad Jauhari	L	26 tahun	Wiraswasta
4	Rajab Alwi	L	28 tahun	Wiraswasta



5	Hasan Al Banna	L	22 tahun	Mahasiswa
6	A. Syaiful Minan	L	18 tahun	Mahasiswa
7	Nashlihudin Nawawi	L	29 tahun	PNS
8	Farid Nur Aini	L	28 tahun	PNS
9	Amrozi Maimun	L	28 tahun	PNS
10	Ali Mas'ud	L	30 tahun	PNS
11	Hilmi Matovani	L	27 tahun	PNS
12	Angga Arimawan	L	17 tahun	Pelajar
13	Suprayitno	L	32 tahun	Wiraswasta
14	Yoyok	L	24 tahun	Wiraswasta
15	Zaki Afada	L	20 tahun	Mahasiswa
16	A. Ardhi W.R.	L	17 tahun	Pelajar
17	Sucipto	L	22 tahun	Mahasiswa
18	A. Fahrizal Ardhi	L	23 tahun	Mahasiswa
19	A. Kusnaini	L	32 tahun	Wiraswasta
20	Mariyono	L	28 tahun	Wiraswasta
21	Syaifur Roziqien	L	23 tahun	Mahasiswa
22	Gondo Suseno	L	26 tahun	Wiraswasta
23	Arifin	L	17 tahun	Pelajar
24	A. Husnan	L	19 tahun	Mahasiswa
25	M. Muhasin	L	18 tahun	Mahasiswa
26	Makmur	L	23 tahun	Mahasiswa
27	Didik Sofyan Hadi	L	17 tahun	Pelajar
28	Dzikril Muhtasin	L	21 tahun	Mahasiswa
29	Firmansyah	L	17 tahun	Pelajar
30	Hanif Muslim	L	17 tahun	Pelajar
31	Agung Prasetyo	L	27 tahun	Wiraswasta
32	Juminda Aulia R.	L	18 tahun	Pelajar
33	Eko Wardoyo	L	28 tahun	Pegawai Swasta
34	Mashudi	L	17 tahun	Pelajar
35	Yogi Elga P.	L	25 tahun	Mahasiswa
36	Fathul Mufid	L	23 tahun	Mahasiswa
37	Diky Prabowo	L	17 tahun	Pelajar
38	Edi P.	L	22 tahun	Mahasiswa
39	Edo Prasetyo	L	26 tahun	Wiraswasta
40	Adri Hermansyah	L	26 tahun	Pegawai Swasta



41	Vian	L	19 tahun	Mahasiswa
42	Yanuar	L	20 tahun	Mahasiswa
43	Rony Yakin	L	24 tahun	Mahasiswa
44	Rahmad L.	L	18 tahun	Pelajar

Sumber: Identitas responden pada angket penelitian.

## 2) Tabulasi data

Berdasarkan data yang diperoleh melalui angket yang diisi oleh responden maka dilakukan tabulasi data kuantitatif variabel x dan variabel y. Data tersebut akan disajikan dalam tabel penyajian data dengan perhitungan analisis data berdasarkan angket yang mempunyai tingkatan nilai 1 sampai 5. Berikut adalah tabulasi data kuantitatif variabel X dan Y berdasarkan pengukuran skala likert yang dinyatakan dengan skor sebagai berikut:

- “Sangat Setuju” diberikan dengan nilai 5
- “Setuju” diberikan dengan nilai 4
- “Ragu-ragu” diberikan dengan nilai 3
- “Tidak Setuju” diberikan dengan nilai 2
- “Sangat tidak Setuju” diberikan dengan nilai 1.

Berikut ini akan disajikan tabulasi data kuantitatif variabel X dan Y.

**Tabel 3.8**  
**Alternatif Jawaban Variabel X**

Item Jawaban	SS	S	R	TS	STS	TOTAL
	5	4	3	2	1	
1	34	7	3	0	0	44
2	29	9	6	0	0	44
3	34	4	4	2	0	44





4	30	6	4	4	0	44
5	31	5	4	4	0	44
6	31	6	5	2	0	44
7	33	8	2	0	1	44
8	35	6	3	0	0	44
9	31	10	3	0	0	44
10	33	8	2	1	0	44
11	33	6	5	0	0	44
12	32	8	3	1	0	44
13	31	6	5	2	0	44
14	5	3	25	0	11	44
15	33	7	3	1	0	44

**Tabel 3.9**  
**Alternatif Jawaban Variabel Y**

Item Jawaban	SS	S	R	TS	STS	TOTAL
	5	4	3	2	1	
16	8	8	17	11	0	44
17	32	6	5	1	0	44
18	29	11	3	1	0	44
19	13	6	19	6	0	44
20	28	11	5	0	0	44
21	31	8	5	0	0	44
22	32	5	6	1	0	44
23	30	8	2	4	0	44
24	33	4	6	1	0	44
25	30	7	3	4	0	44
26	34	3	6	1	0	44
27	32	8	4	0	0	44
28	33	6	5	0	0	44
29	29	12	2	1	0	44
30	31	7	5	1	0	44

Sumber : Olahan data kuisioner penelitian.

Hasil penghitungan dari responden yang menjawab poin sangat setuju ( SS ), setuju ( S ), Ragu-ragu ( R ), tidak setuju ( TS ), sangat tidak setuju ( STS ). Kemudian dikumpulkan dan disisihkan sesuai dengan



pernyataan yang diberikan dari masing-masing jawaban pernyataan, berapa banyak orang yang setuju dan tidaknya. kemudian di jumlah respondennya seperti poin yang diberikan.

Untuk memenuhi uji validitas item dan reliabilitas empiris maka penelitian melakukan uji coba skala minat beli tersebut terhadap 44 responden. Setelah itu dilakukan skoring atau pemberian nilai terhadap skala pasha ungu sebagai *brand ambassador* yang telah diisi oleh koresponden uji coba, kemudian dilakukan tabulasi, selanjutnya dianalisis butir untuk mengetahui item-item yang valid dan reliabilitas. Data tersebut dihitung untuk memperoleh angka indeks korelasi antara variabel X dan variabel Y dengan berdasarkan skor aslinya, seperti dalam tabel berikut ini:

**Tabel 3.10**  
**Tabel Perhitungan untuk Memperoleh Angka Indeks Korelasi**  
**Antara Variabel X dan Variabel Y**

NO.	$\Sigma X$	$\Sigma Y$	$X^2$	$Y^2$	$X.Y$
1	74	71	5476	5041	5254
2	72	73	5184	5329	5256
3	74	70	5476	4900	5180
4	70	66	4900	4356	4620
5	70	65	4900	4225	4550
6	69	68	4761	4624	4692
7	73	71	5329	5041	5183
8	73	71	5329	5041	5183
9	42	45	1764	2025	1890
10	73	70	5329	4900	5110
11	73	71	5329	5041	5183
12	73	71	5329	5041	5183
13	73	71	5329	5041	5183
14	71	67	5041	4489	4757
15	49	49	2401	2401	2401
16	73	70	5329	4900	5110
17	73	70	5329	4900	5110



18	65	68	4225	4624	4420
19	47	47	2209	2209	2209
20	73	70	5329	4900	5110
21	73	71	5329	5041	5183
22	73	70	5329	4900	5110
23	73	70	5329	4900	5110
24	65	70	4225	4900	4550
25	49	48	2401	2304	2352
26	48	59	2304	3481	2832
27	73	73	5329	5329	5329
28	73	73	5329	5329	5329
29	73	73	5329	5329	5329
30	73	70	5329	4900	5110
31	73	70	5329	4900	5110
32	70	70	4900	4900	4900
33	51	46	2601	2116	2346
34	51	57	2601	3249	2907
35	71	70	5041	4900	4970
36	71	70	5041	4900	4970
37	71	70	5041	4900	4970
38	71	70	5041	4900	4970
39	73	73	5329	5329	5329
40	67	66	4489	4356	4422
41	50	47	2500	2209	2350
42	54	55	2916	3025	2970
43	71	72	5041	5184	5112
44	71	71	5041	5041	5041
Total	2948	2908	201442	195350	198185

Sumber : Olahan Data Penelitian

### 3) Data Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian hipotesis tidak akan menghasilkan kesimpulan yang benar jika alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data tidak valid dan reliabel. Apakah tiap-tiap item benar-benar mampu mengungkap faktor yang akan diukur. Untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian dapat

dipercaya, maka dilakukan tiga pengujian yaitu: uji validitas, uji reliabilitas, dan uji normalitas.

a. Data Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu alat ukur berkualitas baik jika aitem tersebut mempunyai dukungan yang kuat terhadap skor total. Validitas berasal dari kata *validity* yang memiliki arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Menurut arikunto validitas adalah suatu ukuran yang menyatakan tingkat kevalidan sesuatu instrumen. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur dan mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Dengan kata lain, validitas berarti seberapa jauh ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya. seperti pada tabel berikut ini :

**Tabel 3.11.1**  
**Variabel X**  
**Item-Total Statistics**

Variabel X	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
01	118.7045	299.236	.743	.984
02	118.8864	291.080	.932	.983
03	118.8182	290.664	.816	.984
04	119.0000	283.907	.893	.984
05	118.9773	284.069	.886	.984
06	118.9091	287.666	.889	.983
07	118.7727	294.459	.739	.984
08	118.6818	298.315	.801	.984
09	118.7727	296.505	.851	.984
10	118.7500	294.936	.833	.984
11	118.7727	294.040	.866	.984

12	118.7955	292.585	.880	.984
13	118.9091	286.503	.930	.983
15	118.7727	293.994	.826	.984

**Tabel 3.11.2**  
**Variabel Y**  
**Item-Total**  
**statistics**

Variabel Y	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
17	118.8409	293.625	.762	.984
18	118.8636	294.911	.774	.984
20	118.8864	294.336	.836	.984
21	118.8182	294.664	.829	.984
22	118.8636	289.655	.879	.984
23	118.9545	289.393	.759	.984
24	118.8409	289.951	.869	.984
25	118.9773	286.441	.833	.984
26	118.8182	290.292	.859	.984
27	118.7727	295.342	.854	.984
28	118.7727	295.296	.811	.984
29	118.8409	294.881	.816	.984
30	118.8636	290.958	.862	.984

Sumber: olahan data peneliti menggunakan spss for windows 16.00

Output pada kedua tabel ini menunjukkan tentang rata - rata skor jumlah item apabila jumlah item yang ada pada baris tersebut dihapus. Pada kolom ketiga menampilkan varians dari skor seluruh item apabila jumlah salah satu item dihilangkan. Sedangkan kolom keempat adalah koefisien korelasi antara item dan skor total yang diberikan koreksi dengan rumus. Skor pada kolom

keempat ( *Corrected item - total correlation* ) digunakan untuk menguji validitas instrument.

Ada 30 item yang penulis susun berdasarkan indikator pada variabel x dan variabel y. Dari 30 item skala tersebut, setelah di uji cobakan terhadap 44 koresponden sebagai subyek penelitian, dengan taraf signifikansi 0,05 % dan diperoleh  $r_{table}$  0,304. Adapun kaidah yang digunakan adalah jika harga *corrected item total correlation* <  $r_{table}$  maka item tidak valid dan jika harga *corrected total correlation* >  $r_{table}$ , maka aitem valid.

Item-item yang berstatus valid berjumlah 27 item dan item yang gugur berjumlah 3 item dan hasil yang valid diantaranya adalah item.

Aitem	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30

Warna merah item yang tidak valid

Pengambilan keputusan untuk menentukan aitem yang valid digunakan  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  dengan dk jumlah sampel dikurangi variabel, yang dalam hal ini pasti ( dua ), yaitu variabel x dan variabel y.

Manakala  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  maka item dikatakan valid, akan tetapi kalau  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka item tersebut disimpulkan tidak valid. Nilai korelasi ( $r_{hitung}$ ) harus positif dan lebih besar atau sama dengan  $r_{tabel}$  dimana untuk subyek (  $N = 44$  ), dengan ketentuan  $dk = N-2$  atau pada kasus penelitian ini karena  $N = 44$  berarti  $44 - 2 = 42$  dengan menggunakan taraf signifikansi 5% maka diperoleh  $r_{table} = 0,304$

b. Uji Reliabilitas

Selanjutnya akan dibicarakan mengenai uji reliabilitas. Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan instrument yang sama.<sup>9</sup>

Seharusnya setiap instrument memiliki kemampuan untuk menghasilkan pengukuran yang konsisten. Pada instrument yang dibuat untuk mengukur fenomena fisik seperti berat atau panjang suatu benda, konsistensi hasil pengukuran bukanlah suatu hal yang sulit untuk diperoleh. Tetapi untuk pengukuran gejala non fisik seperti sikap, opini, dan persepsi tentang perilaku, bukanlah hal yang mudah. Dalam pengukuran gejala sosial boleh dikatakan hampir tidak pernah terjadi hasil pengukuran ulang yang persis sama dengan hasil pengukuran sebelumnya. Penghitungan Reliabilitas menggunakan bantuan komputer melalui Seri Program Statistik ( SPSS ).

**Tabel 3.11.3**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.984	27

---

<sup>9</sup> Ali Anwar, *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan* ( Kediri : IAIT Press 2009 ) hal. 13



Hasil uji reliabilitas alat ukur tiap-tiap aitem skala yang valid diperoleh harga nilai alpha sebesar = 0,984

Kolom kelima pada tabel *item total statistic* diatas, adalah skor koefisien alpha apabila skor itemnya dihapus. Apabila masing - masing skor koefisien alpha dibandingkan dengan  $r_{tabel\ 0.05;42} = 0,304$ , maka seluruh item reliabel. Kesimpulan dikuatkan dengan koefisien alpha secara keseluruhan sebesar 0.984 yang lebih besar dibanding  $r_{tabel\ 0.05;48} = 0,304$ , maka seluruh item dinyatakan reliabel.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan teknik analisis yang tepat. Karena terdapat macam - macam teknik statistik yang dapat digunakan menguji hipotesis. Teknik statistik mana yang akan digunakan tergantung pada interaksi tiga hal: macam data, terpenuhi tidaknya asumsi, dan bentuk hipotesisnya.

Data penelitian yang akan dianalisis dengan menggunakan analisis parametrik disyaratkan bertipe interval atau rasio, distribusi datanya normal, dan jumlah sampelnya 30 atau lebih. Data penelitian yang bertipe nominal atau ordinal, teknik analisis yang dapat digunakan adalah analisis non - parametrik. Data interval atau rasio yang tidak berdistribusi normal juga menggunakan analisis non - parametrik. Demikian juga dengan data interval atau rasio yang berdistribusi normal tetapi jumlah sampelnya kurang dari 30 juga menggunakan analisis non- parametrik.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Ali Anwar, *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan* ( Kediri : IAIT Press 2009 ) hal. 22



**Tabel 3.11.4**  
**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
<i>Brand Ambassador or Pasha Ungu</i>	44	100.0%	0	.0%	44	100.0%
Minat Beli	44	100.0%	0	.0%	44	100.0%

**Tabel 3.11.5**  
**Tests of Normality**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
<i>Brand Ambassador or Pasha Ungu</i>	.328	44	.000	.673	44	.000
Minat Beli	.335	44	.000	.687	44	.000

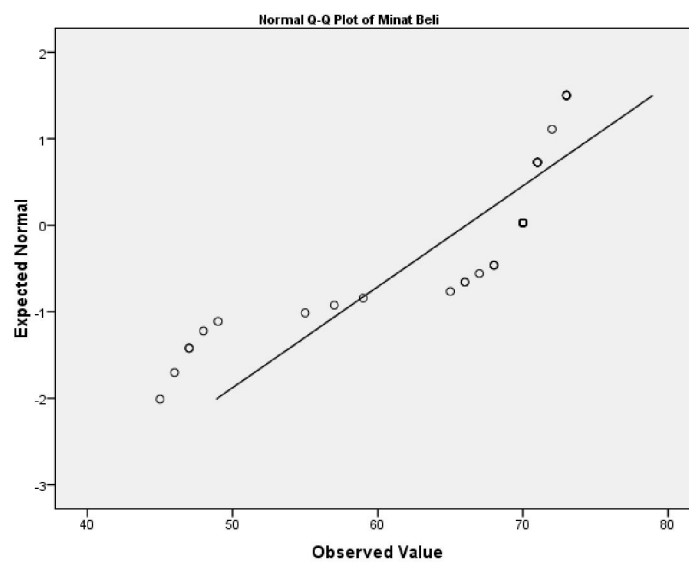
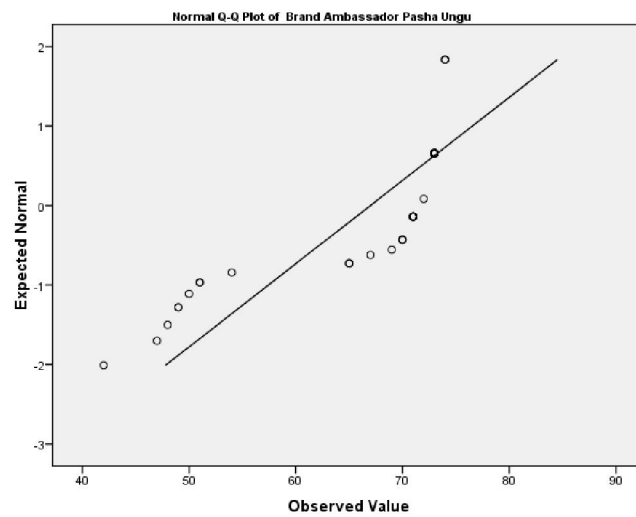
a. Lilliefors Significance Correction

Untuk menguji normalitas dapat digunakan skor Sig. yang ada pada hasil penghitungan Kolmogorov - Smirnov. Bila angka Sig. lebih besar atau sama dengan 0,05, maka data tersebut berdistribusi normal, tetapi apabila kurang, maka data itu tidak berdistribusi normal. Karena Sig untuk kedua variabel tersebut 0,000 itu lebih besar dari 0,05 maka data variabel itu berdistribusi normal.



Hal ini juga dapat dilihat pada grafik Normal Q-Q plot maupun detrended Normal Q-Q Plot. Untuk Normal Q-Q plot itu apabila sebaran data dari variabel itu bergerombol disekitar garis uji yang mengarah ke kanan atas dan tidak ada yang terletak jauh dari sebaran data, maka data tersebut berdistribusi normal.

Grafik 3.1.1  
Normal Q-Q Plot





Sementara untuk Detrended Normal Q-Q Plot, apabila datanya tidak membentuk suatu pola atau menyebar secara acak, maka data itu berarti berdistribusi normal. Sesuai nilai sig. diatas, maka hasil uji dengan dua model grafik dibawah ini juga menunjukkan data dari variabel itu berdistribusi normal.

Grafik 3.2  
Detrended Normal Q-Q Plot

