

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA**

#### **A. Pengujian Hipotesis**

Kajian-kajian yang telah disediakan adalah untuk mengetahui hasil dari data yang di ambil dari objek peneliatian. Kemudian dilakukan sebuah pengujian dengan metode penghitungan rumus yang telah disediakan sebelumnya. Penelitian ini menggunakan analisis regresi.

Korelasi dan regresi mempunyai hubungan yang sangat erat. Setiap regresi selalu ada korelasinya, tetapi belum tentu korelasi dilanjutkan dengan regresi. Korelasi yang dapat dilanjutkan dengan regresi adalah korelasi antara dua variabel atau lebih yang secara teori atau konsep mempunyai hubungan kasual (sebab akibat) atau hubungan fungsional.

Regresi digunakan manakala ingin diketahui bagaimana variabel  $y$  dapat diprediksikan melalui variabel  $x$ . Hasil analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan turunnya skor variabel  $y$  dapat dilakukan menaikkan dan menurunkan skor variabel  $x$ .

Analisis regresi adalah alat analisis yang termasuk dalam statistik parametrik. Dengan demikian, untuk menggunakan regresi, peneliti melakukan pengujian asumsi terlebih dahulu. Asumsi yang harus diuji adalah normalitas distribusi data, linieritas (jika hendak menggunakan regresi linier), tiadanya heteroskedastisitas yang sering juga disebut heteroginitas, yaitu terjadinya ketidaksamaan varians dari residual satu data ke data yang lain, tiadanya multikolinearitas untuk regresi ganda, yaitu korelasi yang tinggi (diatas 0,5)

antar variabel independen, serta tiadanya autokorelasi, yaitu korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode sebelumnya.<sup>1</sup> Langkah pertama dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis dengan menggunakan product moment kemudian dilanjutkan dengan menganalisis hipotesis tersebut menggunakan analisis regresi linear sederhana yang dibantu dengan menggunakan software *SPSS for Windows 20.00*.

Proses pengambilan keputusan.

Hipotesis:

$H_0$  : Tidak ada pengaruh iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan” terhadap minat beli konsumen pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra Sidoarjo.

$H_a$  : Ada pengaruh iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan” terhadap minat beli konsumen pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra Sidoarjo.

Dasar pengambilan keputusan:

Dengan membandingkan  $r/t/F_{hitung}$  dengan  $r/t/F_{tabel}$  dengan ketentuan:

$H_0$  diterima  $r/t/F_{hitung} < r/t/F_{tabel}$

$H_0$  ditolak  $r/t/F_{hitung} \geq r/t/F_{tabel}$

Dengan menggunakan angka probabilitas, dengan ketentuan:

$H_0$  diterima Probabilitas  $>$  taraf nyata ( $\alpha$ )

$H_0$  ditolak Probabilitas  $\leq$  taraf nyata ( $\alpha$ )

---

<sup>1</sup> Ali Anwar, *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan* ( Kediri : IAIT Press 2009 ) hal. 141

**Tabel 4.1**  
**Descriptive Statistics Product Moment**

	Mean	Std. Deviation	N
Iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan”	39,02500	5,279314	40
Konsumen pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra Sidoarjo	40,00000	5,661385	40

**Tabel 4.2**  
**Correlations**

		x	y
Iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan”	Pearson Correlation	1	,886**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	40	40
Konsumen pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra Sidoarjo	Pearson Correlation	,886**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	40	40

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari output diatas, diketahui bahwa jumlah sampel dari penelitian ini adalah 40. Skor rata-rata dari variabel x adalah 39,02500 dengan deviasi standart 5,279314. Sementara untuk rata-rata variabel y adalah 40,00000 dengan deviasi standart 5,661385. Adapun nilai koefisien korelasi antara variabel x dengan variabel y adalah 0,886, dengan nilai sig nya 0.000 dalam arti kesalahan menolak  $H_0$  hanyalah 0% atau mendekati 0%. Hasil pada sig. Itu dapat dicek ulang dengan membandingkan  $r_{hitung}$  0,886 dengan  $r_{tabel}$  untuk dk.:

40 (jumlah sampel) dikurangi 2 (jumlah variabel) = 38. Nilai tabel untuk 38 dengan kesalahan 5%: 0,304 dan 1%: 0,393. Karena  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Ini mengandung pengertian bahwa kesimpulan dari sampel ini dapat digeneralisir untuk populasi. Dan karena  $r_{hitung}$  tidak bertanda negatif, maka menunjukkan arah korelasi ini positif.<sup>2</sup> Jadi, semakin tinggi iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan”, semakin tinggi pula minat beli konsumen pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra Sidoarjo.

Langkah penelitian selanjutnya menganalisis hipotesis menggunakan analisis regresi linear sederhana.

**Tabel 4.3**  
**Descriptive Statistics Analisis Regresi**

	Mean	Std. Deviation	N
Konsumen pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra Sidoarjo	40,00	5,661	40
Iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan”	39,03	5,279	40

Pada tabel Descriptive Statistics memberi informasi tentang mean, standart deviasi, banyaknya data dari variabel-variabel independent ( bebas ) dan variabel dependen ( terikat ). Dimana rata-rata ( mean ) variabel konsumen pada Dealer Yamaha adalah 40,00 dengan standart deviasi 5,661, sedangkan

<sup>2</sup> Ali Anwar, *Statistika untuk pendidikan, ...* (Kediri: IAIT Press, 2009) hal. 109

rata - rata variabel iklan televisi sepeda Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan” 39,03 dengan standart deviasi 5,279. Sampel penelitian yang diteliti sebanyak 40.

**Tabel 4.4**  
**Correlations Analisis Regresi**

		Konsumen pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra Sidoarjo	Iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan”
Pearson Correlation	Konsumen pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra Sidoarjo	1,000	,886
	Iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan”	,886	1,000
Sig. (1-tailed)	Konsumen pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra Sidoarjo	.	,000
	Iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan”	,000	.
N	Konsumen pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra Sidoarjo	40	40
	Iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan”	40	40

Dari tabel correlation diketahui bahwa besarnya korelasi antara variabel konsumen pada Dealer Yamaha dengan variabel pengaruh iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan” adalah 0,886 dengan signifikansi 0,000, karena signifikansi  $\leq 0.05$  maka  $H_0$  ditolak yang berarti  $H_a$  diterima sehingga ada hubungan yang signifikan antara iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan”, terhadap minat beli konsumen pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra Sidoarjo.

**Tabel 4.5**  
**Model Summary<sup>b</sup> Analisis Regresi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,886 <sup>a</sup>	,785	,780	2,657	2,116

a. Predictors: (Constant), Iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan”

b. Dependent Variable: Konsumen pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra Sidoarjo

Berdasarkan skor Durbin-Watson sebesar 2,116 berarti terjadi autokorelasi negatif antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode sebelumnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Secara garis besar tolok ukur untuk menyimpulkan adanya autokorelasi atau tidak adalah sebagai berikut:<sup>3</sup>

- a. Angka D-W dibawah -2 berarti terjadi autokorelasi positif.
- b. Angka D-W diantara -2 sampai dengan +2 berarti tidak terjadi autokorelasi.
- c. Angka D-W diatas +2 berarti terjadi autokorelasi negatif.

<sup>3</sup> Ibid. hal 145

Dari tabel summary diatas, diperoleh hasil R square sebesar 0,785 atau 78,5% karena rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien determinasi adalah  $R^2 \times 100\%$ . Angka ini diperoleh dari hasil pengkuadratan dari harga koefisien korelasi ( $0,886 \times 0,886 = 0,785$ )  $\times 100\% = 78,5\%$  adalah variabel “X” iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan”. Sedangkan variabel “Y” atau sisanya 21,5% adalah minat beli konsumen pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra Sidoarjo.

**Tabel 4.6**  
**ANOVA<sup>b</sup> Analisi Regresi**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	981,705	1	981,705	139,044	,000 <sup>b</sup>
	Residual	268,295	38	7,060		
	Total	1250,000	39			

a. Dependent Variable: Konsumen pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra Sidoarjo

b. Predictors: (Constant), Iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan”

Pada tabel ANOVA, dapat diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 139,044 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , berarti model regresi yang diperoleh nantinya dapat disimpulkan bahwa iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan”, dapat digunakan memprediksi konsumen pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra Sidoarjo.

**Tabel 4.7**  
**Coefficients<sup>a</sup> Analisis Regresi**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,913	3,173		,918	,364
1 Iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan”	,950	,081	,886	11,792	,000

a. Dependent Variable: Konsumen pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra Sidoarjo

Pada tabel coefficients dapat diketahui bahwa dengan persamaan regresi adalah  $=a+bX$ . Maka  $Y = 2,913+0,950X$  dimana  $Y =$  konsumen pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra Sidoarjo dan  $X =$  iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan”.

Konstan sebesar 2,913 menyatakan bahwa jika tidak ada iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan” maka konsumen pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra Sidoarjo sebesar 2,913. kemudian koefisien regresi sebesar 0,950 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) 1 skor iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan” akan meningkatkan konsumen pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra Sidoarjo sebesar 0,950 dan untuk analisis regresi linier sederhana harga koefisien korelasi 0,886 adalah juga harga *standarized coefficient* (beta).

Dan tabel t digunakan untuk menguji kesignifikan koefisien regresi dengan hipotesis:

$H_0$ : koefisien regresi tidak signifikan

$H_a$ : koefisien regresi signifikan

Berdasarkan data di atas maka dapat dilakukan pengujian hipotesis dengan cara membandingkan  $t_{tabel}$  dengan nilai t sebagai berikut:

- a. jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak
- b. jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima.

Untuk mengetahui harga  $t_{tabel}$ , maka perhitungan didasarkan pada derajat kebebasan  $db = n-2$  yakni  $40 - 2 = 38$ . Dengan taraf signifikansi 0,05 atau 5%. Dan berdasarkan pengujian yang dilakukan dengan menggunakan t tabel ( *two tail test* ) maka harga t yang diperoleh adalah 2,021.

Berdasarkan analisis yang diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 11,792 maka  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (  $11,792 > 2,021$  ). Ini berarti bahwa  $H_0$  ditolak sehingga koefisien regresi konstan signifikan. Terlihat dalam kolom sig bahwa  $0,364 > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang berarti koefisien regresi constant tidak signifikan.

Perlu dijelaskan bahwa didalam analisis regresi ganda, T - test digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel x terhadap y, sedangkan F - test yang ditampilkan di atasnya adalah untuk menguji pengaruh seluruh variabel x secara bersama - sama terhadap variabel y.

**Tabel 4.8**  
**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Mode	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Konsumen pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra Sidoarjo

b. All requested variables entered.

Dari tabel variabel entered menunjukkan bahwa variabel yang diasumsikan adalah variabel iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan” dan tidak ada variabel yang di keluarkan karena metode yang digunakan adalah metode enter.

## **B. Pembahasan Hasil Penelitian**

Setelah melakukan perhitungan menggunakan analisis regresi berdasarkan hipotesis dengan mengetahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar 11,792 dengan  $t_{tabel}$  sebesar 2,021 dengan ketentuan taraf signifikansi 0,05 atau 5% dan derajat kebebasan  $db = n - 2 = 40 - 2 = 38$ . Maka  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka dinyatakan bahwa iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan” mempunyai pengaruh terhadap konsumen pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra Sidoarjo.

Dari hasil pengkuadratan harga koefisien korelasi menunjukkan bahwa 78,5% variabel konsumen pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra Sidoarjo dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel iklan televisi sepeda motor Yamaha

versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan”. Sisanya sebesar 21,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Berdasarkan pada besarnya pengaruh variabel iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan” terhadap konsumen pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra Sidoarjo, menandakan bahwa faktor iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan” masih cukup kuat untuk memprediksi konsumen pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra Sidoarjo.

Maka dari itu adanya hubungan yang berpengaruh pada iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan” merupakan pernyataan dari angket yang telah di isi oleh masyarakat sidoarjo yang sebagai koresponden sesuai skor-skor nilai yang ada, dengan indikator bebas yang terkait permasalahan-permasalahan itulah diketahui sebesar mana hubungan itu berpengaruh.

Sebagaimana tujuan pemilihan selebriti sebagai bintang iklan bisa efektif, maka selebriti yang dipilih harus ditetapkan berdasarkan kredibilitasnya. Ini artinya selebriti yang dipilih harus memiliki kredibilitas yang baik dimata pemirsa televisi sehingga dapat dipercaya. Penggunaan bintang iklan yang dapat dipercaya secara psikologis akan dapat mempengaruhi sikap konsumen, ataupun memberikan ingatan jangka panjang terhadap isi iklan tersebut, sehingga ketika tiba saat pengambilan keputusan seperti melakukan pembelian maka konsumen akan mempertimbangkan pesan iklan tersebut.

Kesimpulan ini menunjukkan group band NOAH sebagai bintang iklan memang mempunyai daya tarik yang besar terhadap pembentukan persepsi

pemirsa terbukti dari beberapa koresponden menilai baik dan bagus terhadap iklan televisi sepeda motor Yamaha versi lagu grup band NOAH “Semakin Didepan”. Minat beli konsumen tidak hanya karena kualitas produk dari motor Yamaha tetapi sebagian besar juga karena kegemaran mereka kepada grup band NOAH. Segmentasi pasar motor Yamaha yang membidik para pengguna kendaraan bermotor memang memberikan kecocokan dengan sosok grup band NOAH.

Apalagi citra grup band NOAH sebagai band yang fenomenal karena perubahan namanya tersebut dan menciptakan karya-karya lagu yang cukup terkenal. Menempatkan sebagai artis dengan banyak penggemar, sehingga akan mendukung dalam meningkatkan daya tarik iklan tersebut dimata pemirsa. Hal ini memberikan gambaran bahwa penggunaan grup band NOAH sebagai bintang iklan tepat dalam pencocokan citra dari grup band NOAH sendiri sebagai selebriti, dengan karakteristik seorang *biker* dari produk tersebut. Grup band NOAH memang disukai banyak penikmat musik. Hal ini tidak terlepas dari keberhasilannya sebagai penyanyi yang dapat menghasilkan banyak hits lagu yang laris di masyarakat.

Grup band NOAH sendiri sebagai artis yang dicitrakan sebagai band yang berhasil mempunyai kesesuaian dengan target pasar dari pengendara motor Yamaha itu sendiri. Ini artinya kepopuleran sangat penting dalam mempengaruhi pemirsa televisi. Sebagaimana diungkapkan oleh McCracken bahwa selebriti merupakan “*any individual who enjoys public recognition and who uses this recognition on behalf of consumer good by appearing with in an*

*advertisement.*”<sup>4</sup> Oleh sebab itu dampak ketenaran artis sangat penting dalam menyajikan iklan itu sehingga dapat menarik, mempengaruhi, dan membujuk pemirsanya.

Sejumlah penelitian yang dilakukan oleh Petty et al., Edell and Burke, Aaker and Stayman, Mehta, Derbaix dalam Takeuchi dan Nishio menemukan bahwa iklan mempunyai pengaruh terhadap nilai beli.<sup>5</sup> Untuk iklan televisi yang menampilkan produk motor Yamaha hal ini harus diperhatikan. Mereka harus mengetahui apa yang harus mereka tampilkan dan kapankah waktu yang tepat untuk ditampilkan. Selain itu, mereka juga harus selalu dapat menarik minat beli konsumen melalui iklan yang menarik dengan menayangkan iklan yang tidak membosankan. Salah satu hal yang dapat diperbuat adalah dengan pemilihan bintang iklan produk tersebut.

Hal ini dikarenakan pemilihan bintang iklan pada produk motor Yamaha yang baru dan sesuai dengan karakteristik produk diharapkan dapat meningkatkan minat beli konsumen. Merek yang familiar berpengaruh positif terhadap minat untuk membeli merek melalui tingkat keyakinan yang tinggi terhadap merek. Merek yang familiar merupakan yang dikenal oleh konsumen dimana mereka mempunyai pengalaman langsung dan tidak langsung dengan merek tersebut. Oleh karena itu, sebuah merek yang familiar dimata konsumen akan lebih disukai untuk dibeli.

Faktor yang paling mungkin untuk mempengaruhi pilihan yang sangat efektif adalah dengan mengingat merek pada salah satu domain di otak

---

<sup>4</sup> McCracken, Grant. 1989. Who Is The Celebrity Endoser? Cultural Foundation Of Endorsement Process. *Journal Of Consumer Research*. Volume 16. Hal.45

<sup>5</sup> Takeuchi, Toshie and chizuru Nishio. 2000. *The qualitative contents of television advertising and its penetration: the case in Japan*. Hal. 78-86

konsumen. Maksudnya adalah dengan familiarnya sebuah merek yang kemudian mendapatkan tempat tersendiri di otak dan di benak konsumen maka hal ini akan lebih mudah untuk mempengaruhi pilihan konsumen. Semakin tinggi keakraban dengan merek diantara merek yang bersaing dalam kredibilitas, semakin tinggi kesempatan merek yang bisa dibeli dan merek yang akrab dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dengan merek.

Kesimpulan peneliti dari analisis hasil perolehan data angket yang didukung dengan hasil wawancara dari pihak dealer dan teori-teori yang berhubungan dengan penelitian di atas adalah, penggunaan grup band NOAH sebagai bintang iklan produk motor Yamaha memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen yang cukup besar dikarenakan masyarakat yang memiliki produk tersebut selain karena kualitasnya yang bagus, juga penikmat musik dari grup band NOAH atau bisa dikatakan sebagai sahabat NOAH kata lain dari fans grup band NOAH.

Penting juga penyampaian informasi produk kepada konsumen secara detail didukung juga dengan penjualan secara langsung (*direct selling*) untuk meningkatkan penjualan produk dan merebut pasar produk untuk segmentasi yang di inginkan. Maka dari itu dealer Yamaha Surya Inti Putra Sidoarjo memperbanyak pos-pos disetiap kecamatan, dan memperbanyak salesman.

Sebagai akhir pembahasan ini, penulis menyadari bahwa pelaksanaan penelitian ini mengandung banyak keterbatasan-keterbatasan maupun kekurangan baik yang menyangkut masalah dilapangan, kajian teori maupun kajian pustaka, biaya maupun waktu. Keterbatasan yang dapat penulis rasakan antara lain sebagai berikut:

Pertama, peneliti mengalami kesulitan meminta izin penelitian kepada dealer tersebut karena main dealer itu cabang dari dealer pusat sehingga main dealer tersebut mengkonfirmasi terlebih dahulu kepada dealer pusat, yang pada waktu itu kebetulan pimpinannya berada di luar negeri tepatnya Negara Swiss. Kedua, setelah menunggu konfirmasi dealer tersebut dalam pencarian koresponden peneliti hanya mendapatkan waktu yang sedikit, dikarenakan pihak dealer hanya mengizinkan meneliti selama 2 hari saja supaya tidak mengganggu aktivitas yang ada di dealer tersebut.

Peneliti menyadari akan hal itu semua tidak mudah mendapatkan izin dari dealer tersebut, dikarenakan penelitian ini yang pertama terjadi di dealer tersebut. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan apabila bermaksud mengadakan replikasi terhadap penelitian ini hendaknya memperhatikan hal-hal tersebut untuk mencapai kesempurnaan penelitian.