

20	20	20
21	19	24
22	21	26
23	20	12
24	17	21
25	24	20
26	23	26
27	21	21
28	22	22
29	24	24
30	25	27
31	24	27
32	25	24
33	25	23
34	27	25
35	26	25
36	25	26
37	24	26
38	19	21
39	23	22
40	24	21
41	20	22

untuk variabel menonton iklan garnier men (X) menggunakan nilai *Cronbach Alpha*. Uji Reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari variabel menonton iklan Garnier men (X) lebih besar dari 0,284 yang berarti bahwa kuesioner yang merupakan indikator-indikator dari variabel tersebut adalah reliabel atau handal. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengujian yang telah dilakukan dengan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,886..

2. Uji Validitas menunjukkan bahwa nilai r hitung dari masing-masing variabel lebih besar dari r tabel sebesar 0,284 dan tingkat signifikansi dari masing-masing variabel sebesar 0,05. Pada variabel menonton iklan facial foam garnier men turbolight oil control (X) terdapat 9 item pernyataan yang dikatakan valid, sedangkan untuk variabel penggunaannya bagi mahasiswa (Y) terdapat 10 item pernyataan yang dikatakan valid.
3. Dalam analisis data ini, diperoleh jawaban bahwa menonton iklan *facial foam garnier men turbolight oil control* ada pengaruh terhadap penggunaannya bagi mahasiswa. Dimana, hasil hipotesis nihil diterima dan terbukti setelah menghitung menggunakan rumus product moment dan telah diketahui juga hasil pengaruhnya secara signifikan melalui uji-t.

Berdasarkan hasil koefisien korelasinya yaitu 0,802. Maka ada pengaruh antara menonton iklan facial foam Garnier men turbolight terhadap penggunaannya bagi mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh interpretasinya, langkah selanjutnya memberikan interpretasi terhadap r_{xy} , menggunakan interpretasi product moment. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai r adalah 0,802

Tabel 4.3
Tabel Interpretasi

Besarnya r	Interpretasi
0,00 – 0,199	Sangat lemah atau rendah
0,20 – 0,399	Lemah atau rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,899	Kuat atau tinggi
0,90 – 1,000	Sangat kuat atau tinggi

Dalam perhitungan melalui product moment yang memperoleh hasil 0,802, maka dapat menjawab rumusan masalah bahwa pengaruh antara menonton iklan *facial foam Garnier men turbolight oil control* terhadap penggunaannya bagi mahasiswa memiliki pengaruh yang kuat.