

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penyebaran Kuesioner

Berdasarkan survei yang telah dilakukan, peneliti berhasil membagikan kuesioner kepada 100 orang responden yaitu mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Sebelum membagikan kuesioner peneliti terlebih dahulu menanyakan apakah responden pernah menggunakan sabun mandi cair merk lux, apabila sudah, maka responden diminta untuk berpartisipasi menjawab beberapa pertanyaan. Setelah 100 kuesioner berhasil dikumpulkan kembali kemudian dilakukan penelitian terhadap kuesioner yang berhasil dikumpulkan tersebut. Dari 100 kuesioner tersebut kemudian diolah lebih lanjut untuk mendapatkan karakteristik responden yang dijelaskan pada tabel dibawah ini:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

Karakteristik responden berdasarkan jurusan dapat dijelaskan seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

No	Jurusan	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase
1	Akuntansi	44	44 %
2	Manajemen	45	45 %
3	IE	11	11 %
	Jumlah	100	100 %

Sumber: data primer diolah tahun 2011

Menurut tabel 4.1 Responden yang paling banyak berpartisipasi dalam pengisian kuesioner adalah responden dari jurusan manajemen yaitu berjumlah 45 orang responden atau sebesar 45 %. Responden yang berasal dari jurusan akuntansi berjumlah 44 orang responden atau sebesar 44 %. Responden yang berasal dari jurusan Ilmu Ekonomi berjumlah 11 orang responden atau 11 %.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan
Usia

No	Usia	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase
1	17 – 19 tahun	58	58 %
2	19 – 22 tahun	31	31 %
3	23 – 25 tahun	11	11 %
	Jumlah	100	100 %

Sumber: data primer diolah tahun 2011

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa responden yang berumur 17-19 tahun berjumlah 58 orang responden atau sebesar 58 %. Responden yang berumur 19-22 tahun berjumlah 31 orang responden atau sebesar 31 %. Responden yang berumur 23-25 tahun berjumlah 11 orang

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan
Uang Saku

No	Uang Saku	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase
1	>Rp 500.000	67	67 %
2	<Rp 500.000	33	33 %
	Jumlah	100	100 %

Sumber: data primer diolah tahun 2011

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa responden yang memiliki uang saku > Rp 500.000 berjumlah 67 orang responden atau sebesar 67 %. Responden yang memiliki uang saku < Rp 500.000 berjumlah 33 orang responden atau sebesar 33 %.

4. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Dalam penelitian ini peeneliti menggunakan pendekatan *construct validity*, yaitu untuk menguji apakah suatu instrumen mampu mengukur sesuai dengan

Uji validitas instrumen ditunjukkan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas

Instrumen	Sig	Keterangan	Instrumen	sig	Keterangan
ei1	0.000	Valid	bi1	0.000	Valid
ei2	0.000	Valid	bi2	0.000	Valid
ei3	0.000	Valid	bi3	0.000	Valid
ei4	0.000	Valid	bi4	0.000	Valid
ei5	0.000	Valid	bi5	0.000	Valid
ei6	0.000	Valid	bi6	0.000	Valid
ei7	0.000	Valid	bi7	0.000	Valid
Mcj1	0.000	Valid	nbj1	0.000	Valid
Mcj2	0.000	Valid	nbj2	0.000	Valid
Mcj3	0.000	Valid	nbj3	0.000	Valid
nb1	0.000	Valid	nb5	0.000	Valid
nb2	0.000	Valid	nb6	0.000	Valid
nb3	0.000	Valid	nb7	0.000	Valid
nb4	0.000	Valid			

Sumber: data primer diolah tahun 2011

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai probabilitas pada semua instrumen < 0.05 , karena probabilitas < 0.05 , hal ini berarti bahwa semua instrumen adalah valid, sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana stabilitas atau konsistensi dari alat pengukur yang digunakan, sehingga memberikan hasil yang relatif stabil. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *cronbach alpha* pada masing-masing variabel penelitian. Hasil uji reliabilitas ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach alpha	Keterangan
Keyakinan (bi)	0.893	Reliabel
Evaluasi (ei)	0.738	Reliabel
Keyakinan (Nbj)	0.803	Reliabel
Motivasi (Mcj)	0.798	Reliabel
Minat (BI)	0.651	Reliabel

Sumber: data primer diolah tahun 2011

5. Pengujian Hipotesis

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu sikap konsumen dan norma subyektif terhadap variabel dependen yaitu niat membeli produk sabun cair merek lux. Hasil analisis diperoleh persamaan regresi seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6
Hasil pengujian Regresi Berganda

Variabel	Koefisien beta	P value	Keterangan
Sikap konsumen	0.387	0.000	Signifikan
Norma Subyektif	0.144	0.122	Tidak Signifikan
F hitung = 10.067		0.000	Signifikan
Adj R ² = 0.155			

Sumber: data primer diolah tahun 2011

Berdasarkan tabel 4.6 di atas maka dapat disusun suatu persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0.387Ab + 0.144 SN$$

Persamaan regresi tersebut memiliki makna bahwa sikap konsumen (x_1) memiliki koefisien regresi bertanda positif sebesar 0.387 hal ini berarti bahwa sikap konsumen memiliki hubungan yang positif terhadap niat beli pada sabun cair merek lux. Semakin baik sikap konsumen maka akan semakin tinggi minat beli kaum muda terhadap niat beli sabun cair merek lux.

Koefisien regresi pada variabel norma subyektif bertanda positif sebesar 0.144, hal ini berarti bahwa norma subyektif (x_1) berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen pada sabun cair merek lux. Semakin tinggi norma subyektif yang dirasakan, maka akan semakin besar niat beli pada sabun cair merek lux.

2. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu sikap konsumen dan norma subyektif secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu niat beli konsumen. Uji F dilakukan untuk menguji hipotesis 1 yaitu apakah sikap konsumen dan norma subyektif secara bersama-sama berpengaruh terhadap niat beli. Berdasarkan tabel 4.6 diatas diperoleh *p value* sebesar 0.000 (signifikan) karena $p\ value < 0.05$, hal ini bahwa variabel independen yaitu sikap konsumen dan norma subyektif secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu niat beli

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Sigit (2006) yang membuktikan bahwa sikap konsumen dan norma subyektif secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen.

3. Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu sikap (AB) dan norma subyektif (SN) secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat membeli. Uji t digunakan untuk menguji hipotesis 2 dan hipotesis 3. Hasil pengujian hipotesis ditunjukkan pada tabel 4.6.

Pengujian hipotesis 2 dilakukan untuk menguji pengaruh sikap (AB) terhadap niat beli konsumen pada sabun cair merek lux. Hasil uji t pada tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa sikap konsumen berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen. Hal ini dapat dilihat dengan *p value* pada variabel sikap konsumen sebesar 0.000 (signifikan), karena *p value* < 0.05, hal ini berarti bahwa sikap konsumen berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen pada sabun cair merek lux (hipotesis 2 diterima). Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sigit (2006) yang membuktikan bahwa sikap konsumen berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen.

Pengujian hipotesis 3 dilakukan untuuk menguji pengaruh norma subyektif terhadap niat beli konsumen. Hasil uji t pada tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa norma subyektif (SN) tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli. Hal ini dapat dilihat dengan *p value* pada

variabel norma subyektif (SN) sebesar 0.122 (tidak signifikan), karena p value > 0.05 , hal ini berarti bahwa norma subyektif tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen pada sabun cair merek lux (hipotesis 3 tidak terbukti). Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sigit (2006) yang membuktikan bahwa norma subyektif berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen.

4. Koefisien determinasi

Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar variasi variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Berdasarkan tabel 4.6 diperoleh koefisien *Adjusted R Square* sebesar 0.155, hal ini berarti bahwa variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 15.5%, sedangkan sisanya sebesar 84.5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian

6. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 1 menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama-sama sikap konsumen dan norma subyektif berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen. Penilaian konsumen terhadap produk sabun cair merek lux diyakini sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Sebelum memiliki niat untuk membeli konsumen akan membandingkan antara produk satu dengan produk lainnya baik dari segi kualitas maupun kemudahan dalam memperoleh produk tersebut. Konsumen merasa yakin bahwa memilih sabun cair merek lux sudah sesuai

dengan kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen, sehingga konsumen memiliki niat untuk membeli sabun cair merek lux.

Pengujian hipotesis 2 diperoleh bukti bahwa sikap konsumen berpengaruh signifikan terhadap niat beli. Sikap merupakan keadaan dimana seseorang memberikan tanggapan terhadap rangsangan lingkungan yang dapat memulai atau membimbing tingkah laku seseorang. Sikap akan timbul ketika konsumen merasakan bahwa produk yang diinginkan menarik dan konsumen akan melakukan perbandingan dengan merek lain. Konsumen produk sabun cair merek lux memiliki sikap yang baik terhadap kualitas serta kelengkapan yang dibutuhkan. Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa konsumen sabun cair merek lux merasa bahwa sabun cair merek lux memiliki harga yang kompetitif dan aman untuk digunakan, sehingga konsumen tertarik dengan produk tersebut. Kemudahan dalam memperoleh produk juga merupakan salah satu faktor yang meningkatkan niat beli konsumen terhadap sabun cair merek lux.

Pengujian hipotesis 3 membuktikan bahwa norma subyektif tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen. Norma subyektif merupakan kecenderungan yang dipelajari dari konsumen melalui keyakinannya bahwa referen berpikir tentang sesuatu yang akan dilakukan oleh konsumen. Motivasi seseorang untuk setuju akan atribut yang ditawarkan sebagai faktor yang mempengaruhi terhadap perilaku seseorang. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa niat beli konsumen terhadap sabun cair merek lux tidak dipengaruhi oleh kelompok referen.

Konsumen tidak banyak dipengaruhi oleh orang di lingkungannya, konsumen

... .. untuk membeli karena kebutuhan akan sabun cair