

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Pengujian Hipotesa

Hipotesa adalah jawaban sementara terhadap permasalahan yang di pertanyakan.⁴¹ Dari pengertian menerangkan bawa hipotesa adalah dugaan yang mungkin salah atau benar, dia akan ditolak jika salah satu palsu dan akan diterima jika faktor-faktor membenarkan.⁴² Berdasarkan judul penelitian, hipotesa yang dapat penulis kemukakan adalah :

H_a : ada pengaruh terpaan iklan A Mild Go Ahead terhadap Motif Pembelian rokok masyarakat di Desa Tanjung Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto

H_0 : tidak ada pengaruh terpaan iklan A Mild Go Ahead terhadap Motif Pembelian rokok masyarakat di Desa Tanjung Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto

Tabel 4.1

Analisis Korelasi Variabel X (Terpaan Iklan) dan Variabel Y (Motif Pembelian Rokok (masyarakat di Desa Tanjung Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto))

No	X	Y	X^2	Y^2	XY
1	62	56	3844	3136	3472
2	66	69	4356	4761	4554

⁴¹ Sanapiah Faisal, *Penelitian Pendidikan*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1982), Hlm. 62.

⁴² Sutrisno Hadi, *Metode Research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1991), Hlm. 63.

3	68	70	4624	4900	4760
4	55	70	3025	4900	3850
5	61	46	3721	2116	2806
6	69	67	4761	4489	4623
7	58	71	3364	5041	4118
8	55	61	3025	3721	3355
9	51	45	2601	2025	2295
10	66	67	4356	4489	4422
11	65	56	4225	3136	3640
12	54	45	2916	2025	2430
13	68	54	4624	2916	3672
14	54	71	2916	5041	3834
15	66	57	4356	3249	3762
16	47	53	2209	2809	2491
17	54	47	2916	2209	2538
18	57	54	3249	2916	3078
19	54	65	2916	4225	3510
20	53	70	2809	4900	3710
21	72	57	5184	3249	4104
22	43	66	1849	4356	2838
23	45	63	2025	3969	2835
24	56	64	3136	4096	3584
25	64	65	4096	4225	4160
26	46	66	2116	4356	3036

27	66	64	4356	4096	4224
28	61	63	3721	3969	3843
29	64	71	4096	5041	4544
30	72	66	5184	4356	4752
31	62	49	3844	2401	3038
32	54	46	2916	2116	2484
33	54	52	2916	2704	2808
34	62	66	3844	4356	4092
35	50	45	2500	2025	2250
36	63	54	3969	2916	3402
37	66	55	4356	3025	3630
38	53	58	2809	3364	3074
39	66	64	4356	4096	4224
40	55	65	3025	4225	3575
41	66	64	4356	4096	4224
42	65	65	4225	4225	4225
43	42	66	1764	4356	2772
44	64	50	4096	2500	3200
45	65	66	4225	4356	4290
46	70	72	4900	5184	5040
47	66	72	4356	5184	4752
48	64	72	4096	5184	4608
49	55	47	3025	2209	2585
50	67	48	4489	2304	3216

51	54	57	2916	3249	3078
52	60	56	3600	3136	3360
53	47	70	2209	4900	3290
54	59	55	3481	3025	3245
55	45	45	2025	2025	2025
56	54	55	2916	3025	2970
57	47	54	2209	2916	2538
58	72	43	5184	1849	3096
59	68	71	4624	5041	4828
60	55	71	3025	5041	3905
61	68	59	4624	3481	4012
62	60	71	3600	5041	4260
63	57	71	3249	5041	4047
64	61	64	3721	4096	3904
65	55	65	3025	4225	3575
66	55	28	3025	784	1540
67	48	34	2304	1156	1632
68	59	45	3481	2025	2655
69	50	66	2500	4356	3300
70	56	61	3136	3721	3416
71	54	57	2916	3249	3078
72	50	65	2500	4225	3250
$\Sigma N=72$	$\Sigma X=4215$	$\Sigma Y=4278$	$\Sigma X^2=250913$	$\Sigma Y^2=261150$	$\Sigma XY=251333$

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{251333}{\sqrt{(250913)(261150)}}$$

$$r_{xy} = \frac{251333}{\sqrt{65525929950}}$$

$$r_{xy} = \frac{251333}{255980.3312}$$

$$r_{xy} = 0,981$$

Dari perhitungan di atas dapat diketahui bahwa, antara variabel X (Pengaruh terpaan iklan a Mild Go Ahead) dan variabel Y (Motif Pembelian Rokok Masyarakat Desa Tanjung Kec. Kemlagi Kab.Mojokerto) bertanda positif dengan memperhatikan besarnya r_0 yang diperoleh sebesar 0,981 . Apabila hasil tersebut diinterpretasikan secara kasar atau sederhana dengan mencocokkan hasil perhitungan dengan koefisien korelasi product moment ternyata diperoleh r_0 (0,981) yang besarnya berkisar antara 0,90 - 1,00 berarti korelasi antara variabel X dan variabel Y itu adalah Antara variabel X dan variabel Y terdapat korelasi yang sangat kuat . Selanjutnya untuk mengetahui apakah hubungan itu signifikan atau tidak maka r hasil perhitungan dibandingkan dengan r tabel, dengan ketentuan sebagai berikut: jika $r_0 > r_t$ maka H_0 ditolak

dan jika $r_0 < r_t$ maka H_0 diterima. Dan sebelum membandingkannya terlebih dahulu dicari derajat kebebasannya atau df (degrees of freedom) dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$df = N - N_r$$

$$df = 72 - 2$$

$$df = 70$$

Dengan taraf kepercayaan 0,05 (5%) dan df (degrees of freedom) sebesar 70 maka dapat diperoleh harga r_t (tabel) sebesar 0,235. Ternyata harga r_0 lebih Besar daripada harga r_t ($0,981 > 0,235$).

Dengan demikian H_0 Ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh terpaan iklan rokok A Mild Go Ahead terhadap Motif Pembelian rokok masyarakat di Desa Tanjung Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya maka peneliti juga menggunakan langkah-langkah uji signifikansi korelasi sederhana (Uji-t) sebagai berikut :

1. Menentukan Hipotesis

H_a : ada pengaruh terpaan iklan A Mild Go Ahead terhadap Motif Pembelian rokok masyarakat di Desa Tanjung Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto

H_0 : tidak ada pengaruh terpaan iklan A Mild Go Ahead terhadap Motif Pembelian rokok masyarakat di Desa Tanjung Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto

2. Menentukan tingkat signifikansi

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ (uji dilakukan 2 sisi karena untuk mengetahui ada atau tidaknya ada pengaruh terpaan iklan A Mild Go Ahead terhadap Motif Pembelian rokok masyarakat di Desa Tanjung Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto yang signifikansi, jika 1 sisi digunakan untuk mengetahui hubungan lebih kecil atau lebih besar). Tingkat signifikansi dalam hal ini berarti kita mengambil resiko salah dalam mengambil keputusan untuk menolak hipotesis yang benar sebanyak-banyaknya 5% (signifikansi 5% atau $0,05$ adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian).

3. Menentukan t hitung dengan rumus uji-t sebagai berikut :

$$t = r \cdot \frac{\sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = 0,981 \cdot \frac{\sqrt{72-2}}{\sqrt{1-0,964}}$$

$$t = 0,981 \cdot \frac{\sqrt{8,366}}{\sqrt{0,035}}$$

$$t = 0,981 \cdot 44,107$$

$$t = 43,307$$

4. Menentukan t tabel

Tabel distribusi T dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n - 2$ atau $72 - 2 = 70$. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 2,000.

5. Kriteria pengujian

H_0 diterima jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$

H_0 ditolak jika $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$

Berdasarkan Probabilitas :

H_0 diterima jika $P \text{ value} > 0,05$

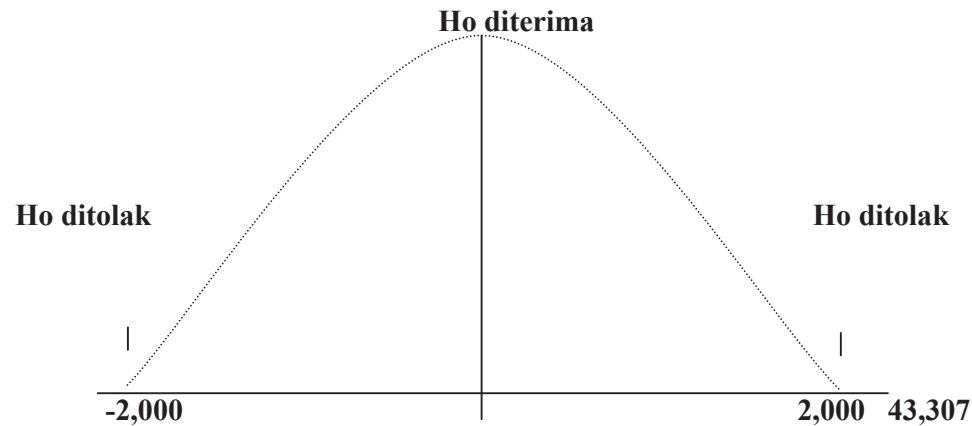
H_0 ditolak jika $P \text{ value} < 0,05$

6. Membandingkan t hitung dengan t tabel dan probalitas

Nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $43,307 > 2,000$ dan p value yaitu $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak.

7. Gambar

Bagan 4.1
Daerah Penentuan H₀
Pada Uji Signifikansi Korelasi Sederhana



8. Kesimpulan

Oleh karena $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($43,307 > 2,000$) dan $P \text{ value } (0,000 < 0,05)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada pengaruh terpaan iklan A Mild Go Ahead terhadap Motif Pembelian rokok masyarakat di Desa Tanjung Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto. Karena t_{hitung} nilainya positif, berarti pengaruh terpaan iklan A Mild Go Ahead terhadap Motif Pembelian rokok masyarakat di Desa Tanjung Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto bernilai positif dan signifikan. Jadi dapat disimpulkan bahwa iklan rokok A Mild Go Ahead berhubungan positif terhadap Motif Pembelian rokok masyarakat di Desa Tanjung Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto .

b. Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam analisis data ini, diperoleh jawaban bahwa terpaan iklan A Mild Go Ahead mempunyai pengaruh terhadap Motif Pembelian rokok masyarakat di Desa Tanjung Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto. Dimana hasil hipotesisnya diterima dan terbukti setelah dihitung menggunakan rumus *Product Moment* dan telah diketahui juga seberapa besar pengaruhnya melalui uji-t.

Berdasarkan hasil koefisien korelasi tersebut dapat diketahui bahwa korelasinya bersifat positif, artinya ada pengaruhnya antara terpaan iklan A Mild Go Ahead dengan Motif Pembelian rokok masyarakat di Desa Tanjung Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto.

Dengan memperhatikan harga koefisien korelasinya yaitu 0,981. Maka pengaruh antara terpaan iklan A Mild Go Ahead terhadap Motif Pembelian rokok masyarakat di Desa Tanjung Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto memiliki nilai sangat kuat. Artinya antara pengaruh terpaan iklan A Mild Go Ahead dengan Motif Pembelian rokok masyarakat di Desa Tanjung Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto sangatlah besar. Jadi disini iklan telah berhasil menjadi salah satu media yang bisa memberikan manfaat bagi penontonya dan bisa mempengaruhi Motif Pembelian rokok masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Faktor-faktor yang mempengaruhi hasil data diatas adalah :

1. Faktor Sosial

Faktor sosial tak lepas dari bentuk-bentuk hubungan terjadi di masyarakat. Di masyarakat desa Tanjungan pusat tempat untuk berkumpul adalah pos kamling. Di tempat tersebut berkumpul bagi masyarakat tanpa membedakan umur, pekerjaan ataupun strata sosial. Selain menjadi tempat berkumpul tempat tersebut juga sering digunakan untuk sarana tempat berunding bagi aparat desa untuk melakukan sosialisasi program desa ataupun sarana mendekatkan diri antara warga dan aparat desa. Sehingga tempat tersebut selalu ramai oleh warga. Ditempat tersebut juga tak lepas dari media komunikasi massa yaitu televisi dan radio. Pada saat berkumpul, televisi di pos kamling selalu menyala, sehingga berbagai macam informasi dapat selalu disajikan dalam tempat tersebut, salah satunya adalah iklan A Mild. Para warga di Desa Tanjungan selalu berkumpul di tempat tersebut pada malam hari, sehingga mereka setiap harinya selalu diterpa oleh iklan tersebut. Iklan A Mild selalu tayang pada malam hari sehingga mau tidak mau merekapun juga akan melihat iklan, sehingga mereka juga akan terkena pengaruh dari iklan tersebut, yaitu membeli rokok A Mild. Ketika mereka melihat iklan tersebut di televisi mereka menjadi tertarik untuk mencoba dan lama-kelamaan merekapun menjadi pengguna rokok A Mild.

Keluarga juga tak lepas dari penyebab mengapa hasil dari penelitian ini sangat kuat antara terpaan iklan A Mild terhadap Motif Pembelian Masyarakat. Setiap keluarga di Desa Tanjung setiap harinya selalu berkumpul, baik itu bercengkrama ataupun sekedar berkumpul bersama keluarga. Tempat berkumpul mereka rata-rata adalah ruang tamu. Saat-saat berkumpul mereka adalah pada waktu malam hari. Setelah mereka seharian bekerja dan ingin beristirahat. Rata-rata penayangan iklan A Mild adalah pada waktu malam hari, sehingga ketika semua keluarga berkumpul pada waktu malam hari mereka juga secara tak disengaja juga dapat terkena terpaan iklan A Mild dan ingin mencoba produk A Mild.

2. Faktor Budaya

Budaya yang datang dari luar tidak semuanya positif bagi perkembangan dan kehidupan . Unsur-unsur budaya asing yang masuk juga ada yang bersifat negatif. Pada umumnya unsur budaya kebendaan seperti peralatan yang mudah dipakai dan dirasakan sangat bermanfaat, mudah diterima oleh masyarakat. Masyarakat yang ada di desa tanjungan mempunyai budaya yang terbuka. Kebudayaan juga dapat menentukan sebuah masyarakatnya dapat terpengaruh terpaan iklan atau tidak. Dengan kebudayaan yang terbuka tersebut maka masyarakat di Desa Tanjungan sangat mudah menerima kebudayaan baru, seperti halnya mengkonsumsi rokok A Mild. Frekuensi terpaan

iklan yang tinggi dapat membuat perilaku di tempat tersebut berubah. Dulu yang tidak tahu produk A Mild menjadi tahu dan ingin mencoba produk tersebut, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa iklan juga dapat mempengaruhi motif pembelian masyarakat.

3. Faktor Pribadi

Faktor pribadi juga mempengaruhi sebuah perilaku. Keputusan membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, juga nilai dan gaya hidup pembeli. A Mild adalah produk yang rata-rata penggunaannya adalah remaja, sehingga dapat menarik para remaja yang belum membeli rokok tersebut menjadi ikut membeli rokok tersebut. Selain itu terpaan iklan A Mild yang tinggi juga ikut berpengaruh didalamnya. Iklan A Mild yang unik dan seakan mengajak para remaja untuk menunjukkan jati dirinya dapat membuat para remaja tertarik untuk membeli rokok tersebut.