

## **BAB IV**

### **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Deskripsi Obyek Penelitian**

##### **4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian**

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. atau dikenal dengan PT. Telkom adalah perusahaan penyedia jasa informasi dan komunikasi dengan produk unggulannya adalah Telepon Jaringan ( Telepon Rumah Telkom dan Telepon tanpa Jaringan / Wireless ( FLEXI ).

Adapun sejarah singkat PT. Telkom adalah sebagai berikut :

a. Era Kolonial

Pada tahun 1882, didirikan sebuah badan usaha swasta penyedia layanan pos dan telegraf Layanan komunikasi kemudian dikonsolidasikan oleh Pemerintah Hindia Belanda ke dalam jawatan *Post Telegraaf Telefoon* (PTT).

b. Perusahaan Negara

Pada tahun 1961, status jawatan diubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Kemudian pada tahun 1965, PN Postel dipecah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos & Giro) dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi).

c. Perumtel

Pada tahun 1974, PN Telekomunikasi diubah namanya menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) yang menyelenggarakan

jasa telekomunikasi nasional maupun internasional. Tahun 1980 seluruh saham PT. Indonesian Satellite Corporation Tbk. (Indosat) diambil alih oleh pemerintah RI menjadi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk menyelenggarakan jasa telekomunikasi internasional, terpisah dari Perumtel. Pada tahun 1989, ditetapkan Undang-undang Nomor 3 Tahun 1989 tentang Telekomunikasi, yang juga mengatur peran swasta dalam penyelenggaraan telekomunikasi.

d. PT. Telkom ( Persero )

Pada tahun 1991 Perumtel berubah bentuk menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 1991.

e. PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk

Pada tanggal 14 November 1995 dilakukan Penawaran Umum Perdana saham TELKOM. Sejak itu saham TELKOM tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ), Bursa Efek Surabaya (BES), Bursa Saham New York (NYSE) dan Bursa Saham London (LSE). Saham TELKOM juga diperdagangkan tanpa pencatatan di Bursa Saham Tokyo.

Tahun 1999 ditetapkan Undang-undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Penghapusan Monopoli Penyelenggaraan Telekomunikasi. Memasuki abad ke-21, Pemerintah Indonesia melakukan diregulasi di

sektor telekomunikasi dengan membuka kompetisi pasar bebas. Dengan demikian, Telkom tidak lagi memonopoli telekomunikasi Indonesia.

Tahun 2001 TELKOM membeli 35% saham Telkomsel dari PT INDOSAT sebagai bagian dari implementasi restrukturisasi industri jasa telekomunikasi di Indonesia yang ditandai dengan penghapusan kepemilikan bersama dan kepemilikan silang antara TELKOM dan INDOSAT. Sejak bulan Agustus 2002 terjadi duopoli penyelenggaraan telekomunikasi lokal.

Flexi Center adalah salah satu bentuk atau brand name untuk outlet milik TELKOM yang dikerjakan dengan MITRA, disediakan untuk melayani pelanggan/calon pelanggan/pengguna jasa TELKOM Flexi yang ingin secara langsung / *face to face* dengan berbagai kemungkinan latar belakang/penyebab, baik mengenai kebutuhan akan segala informasi yang berkaitan dengan produk dan layanan TELKOM Flexi, maupun untuk pemenuhan kebutuhan produk itu sendiri. Pada Flexi Center Plaza Sim pang 5 berdiri 18 Oktober 2006, yang berkantor di Plaza Sim pang 5 lantai dasar blok B.04 G Jl. Ahmad Yani No.1 Semarang.

#### **4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan**

##### a) Visi Flexi Center

“To become a leading InfoCom player in the region” Telkom berupaya untuk menempatkan diri sebagai perusahaan InfoCom terkemuka di kawasan Asia Tenggara, Asia dan akan berlanjut ke kawasan Asia Pasifik.

b) Misi Flexi Center

Telkom mempunyai misi memberikan layanan " One Stop InfoCom Services with Excellent Quality and Competitive Price and To Be the Role Model as the Best Managed Indonesian Corporation" dengan jaminan bahwa pelanggan akan mendapatkan layanan terbaik, berupa kemudahan, produk dan jaringan terkuat.

**4.1.3 Pilar-Pilar Bisnis TELKOM**

1. Fixed Phone (TELKOM Phone)
  - Personal Line
  - Corporate Line
  - Wartel & Telum
2. Mobile Phone (TELKOMSEL)
  - Prepaid Services (simPATI)
  - Postpaid Services (Halo)
3. Network & Interconnection (TELKOM Intercarier)
  - Interconnection Services
  - Network Leased Service
4. Data & Internet
  - Leased Channel Service (TELKOM Link)
  - Internet Service (TELKOMNet)
  - VoIP Service (TELKOM Save & Global 017)

- SMS Service (from TELKOMSEL, TELKOMFlexi & TELKOM SMS)

5. Fixed Wireless Access (TELKOM Flexi)

- Prepaid Services (Flexi Trendy)
- Postpaid Services (Flexi Classy)

**4.1.4 Struktur Organisasi Flexi Center**

Dalam suatu perusahaan baik itu perusahaan kecil maupun besar, struktur organisasi sangatlah penting, karena struktur organisasi merupakan alur job description dalam pelaksanaan kerja yang baik dan terarah, serta dapat diketahui batas tanggung jawab dari suatu pekerjaan. Oleh karena itu Flexi Center yang merupakan suatu organisasi yang besar senantiasa mengadakan pembaharuan struktur organisasi sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan.

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Flexi Center



Pada bagian ini penulis akan mengemukakan struktur organisasi dan uraian tugas di Flexi Center Plaza Simpang 5 Semarang. Struktur organisasi Flexi Center Plaza Simpang 5 Semarang garis karena alur dan tanggung jawab secara lurus/vertikal, dimana terdapat satu komando atau pimpinan yang memerintah dari atas sampai ke bawah. Demikian pula tangga organisasi harus diajukan ke pihak atasan untuk mendapat penyelesaian. Hal tersebut dapat terlihat pada gambar struktur organisasi

#### **4.1.5 Deskripsi Kerja**

Adapun pembagian kerja mengenai tugas, wewenang dan tanggung jawab pada setiap bagian tempat kerja praktek adalah sebagai berikut :

##### **A. Junior Manager**

Bertugas sebagai pemimpin jalannya tugas-tugas karyawan yang ada di kantor Flexi Center dan bertanggung jawab atas tugas-tugas tersebut.

##### **B. Ass Junior Manager Service**

Bertugas sebagai koordinator dalam keluhan pelanggan (seperti gangguan speedy) serta memonitor gangguan yang di alami pelanggan.

##### **C. Ass Junior Manager Support**

Bertugas sebagai penanggung jawab monitor terhadap seluruh gangguan jaringan , memonitor terhadap keluhan pelanggan.

##### **D. Ass Junior Manager PCAN**

Bertugas sebagai pemimpin pelaksana dan pengendali operasional lapangan, seperti perbaikan gangguan speedy.

E. Technic PCAN

Bertugas sebagai pelaksana dan pengendali operasional lapangan.

## 4.2 Deskripsi Data Penelitian dan Responden

### 4.2.1 Deskriptif Responden

Data penelitian dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner secara langsung kepada responden yang berhasil ditemui. Kuesioner diperoleh dengan cara peneliti menemui langsung responden dan memberikan kuesioner untuk diisi oleh para responden yang merupakan pengunjung yang berkunjung di Flexi Center Plaza Simpang 5 Semarang. Pengumpulan data secara langsung dengan menemui responden, hal ini bertujuan agar lebih efektif untuk meningkatkan *respon rate* responden dalam penelitian ini. Survey dengan kuesioner dilakukan mulai tanggal 25 April s/d 05 Mei 2013 di Flexi Center Plaza Simpang 5 Semarang dengan mengambil 100 responden. Adapun teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan menggunakan teknik pendekatan *accidental sampling* yaitu peneliti memilih responden dengan cara mendatangi responden di tempat-tempat keramaian lalu memilih calon responden harus memiliki karakteristik tertentu, Karena jumlah sampel yang di dapat sebanyak 100 sampel, dengan demikian syarat pengolahan data dengan alat analisis SPSS 16.0 sampel dapat terpenuhi.

Penyajian data deskriptif penelitian bertujuan agar dapat dilihat profil dari data penelitian tersebut an hubungan anatr variabel yang digunakan dalam penelitian. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin Responen

Adapun jenis kelamin responden Flexi center Plaza simpang 5 Semarang :

Tabel 4.1

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	67	67.0	67.0	67.0
	Perempuan	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*Sumber: data primer 2013 yang diolah*

Berdasarkan keterangan pada tabbel 4.1 diatas, dapat diketahui tentang jenis kelamin responden pengunjung Flexi Center Plaza Simpang 5 Semarang yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki, yaitu sebanyak 67 orang, sedangkan sisanya adalah responden perempuan

sebanyak 33 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari pengunjung Flexi Center Plaza Simpang 5 Semarang adalah laki-laki.

## 2. Umur Responden

Adapun data mengenai umur responden pengunjung Flexi Center Plaza simpang 5 Semarang adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2

		Umur			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-29 th	65	65.0	65.0	65.0
	30-40 th	22	22.0	22.0	87.0
	> 40 th	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*Sumber : data primer yang diolah,*

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 Diatas, dapat diketahui tentang jenis kelamin responden pengunjung Flexi center plaza simpang 5 Semarang yang diambil sebagai responden, memberikan informasi bahwa responden berusia 17-29 tahun sebanyak 65 orang, sedangkan yang berusia 30-40 tahun sebanyak 22 orang dan yang berusia >40 tahun sebanyak 13 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari pengunjung Flexi center simpang 5 Semarang yang diambil sebagai responden adalah berusia 17-29 tahun.

## 3. Agama

Adapun data mengenai agama responden pengunjung flexi center plaza simpang 5 Semarang adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3

		Agama			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muslim	91	91.0	91.0	91.0
	non muslim	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*Sumber : data primer yang diolah, 2013*

Berdasarkan keterangan tabel 4.3 diatas agama pengunjung Flexi Center Simpang 5 Semarang yang diambil sebagai responden. Muslim menjadi yang terbanyak dengan jumlah responden sebanyak 91 orang. Dan sisanya adalah non muslim sebanyak 9 orang.

#### 4. Pendidikan Responden

Adapun data mengenai pendidikan responden pengunjung Flexi center plaza simpang 5 Semarang adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4

		P.Terakhir			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	6	6.0	6.0	6.0
	SMA	73	73.0	73.0	79.0
	Sarjana	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*Sumber : data primer yang diolah, 2013*

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.4 memperlihatkan bahwa responden pengunjung Flexi Center Plaza Simpang 5 Semarang yang diambil sebagai responden sebagian besar pendidikan terakhir adalah SMA. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden pendidikan terakhir adalah SMP sebanyak 6 orang, SMA 73 orang, dan Sarjana 21 orang.

#### 5. Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai pekerjaan pengunjung Flexi center plaza simpang 5 Semarang adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5

		Profesi			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	6	6.0	6.0	6.0
	Swasta	44	44.0	44.0	50.0
	Wirausaha	24	24.0	24.0	74.0
	Lainnya	26	26.0	26.0	100.0

		Profesi			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	6	6.0	6.0	6.0
	Swasta	44	44.0	44.0	50.0
	Wirausaha	24	24.0	24.0	74.0
	Lainnya	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.5 memperlihatkan bahwa pengunjung Flexi Center Plaza Simpang 5 Semarang yang diambil sebagai responden sebagian besar mempunyai pekerjaan sebagai swasta. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden mempunyai pekerjaan sebagai swasta sebanyak 44 orang, sedangkan yang mempunyai pekerjaan sebagai PNS sebanyak 6 orang dan yang mempunyai pekerjaan sebagai wirausaha sebanyak 24 orang. Sisanya lainnya selain PNS, swasta, wirausaha sebanyak 26 orang

#### 4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari Konten Islami sebagai variabel bebas (Independen), dan Minat Beli Konsumen sebagai variabel terikat (Dependen). Data variabel-variabel tersebut diperoleh dari hasil angket yang telah disebar, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.6

Tabel 4.6  
Hasil Skor X dan Y

Variabel	Item pertanyaan	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
Konten Islami(X)	Pertanyaan 1	0	0	1	0,1	24	24	52	52	23	23
	Pertanyaan 2	1	0,1	2	0,2	33	33	42	42	22	22
	Pertanyaan 3	1	0,1	6	0,6	45	45	31	31	17	17
	Pertanyaan 4	1	0,1	1	0,1	26	26	51	51	21	21
	Pertanyaan 5	1	0,1	2	0,2	26	26	50	50	21	21
	Pertanyaan 6	1	0,1	0	0	56	56	27	27	16	16
	Pertanyaan 7	0	0	1	0,1	24	24	50	50	15	15
	Pertanyaan 8	0	0	0	0	22	22	49	49	29	29
	Pertanyaan 9	1	0,1	13	13	49	49	28	28	9	9
Minat Beli (Y)	Pertanyaan 10	0	0	0	0	41	41	48	48	11	11
	Pertanyaan 11	0	0	5	0,5	44	44	39	39	12	12
	Pertanyaan 12	0	0	5	0,5	45	45	43	43	7	0,7
	Pertanyaan 13	1	0,1	5	0,5	35	35	45	45	13	13
	Pertanyaan 14	0	0	1	0,1	44	44	40	40	15	15
	Pertanyaan 15	1	0,1	3	0,3	29	29	47	47	20	20

#### 4.2.2.1 Konten Islami

Data pada Tabel 4.6 menunjukkan untuk variabel konten islami, item pertanyaan 1, 52% responden menyatakan setuju handphone Nexian C900 praktis karena dilengkapi fasilitas pencarian tepat berdasarkan nama surat, sedangkan

sisanya sebanyak 23% responden menyatakan sangat setuju, dan 24% menyatakan Netral, dan 0,1% menyatakan tidak setuju. Pada item pertanyaan 2, 42% responden menyatakan setuju dan handphone Nexian C900 lebih unggul dalam hal pembelajaran pembacaan Qur'an, sedangkan sisanya sebesar 22% responden menyatakan sangat setuju dan 33% responden menyatakan Netral dan 0,2% menyatakan tidak setuju dan 0,1% menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pertanyaan 3, 31% responden menyatakan setuju dengan handphone Nexian C900 lebih praktis dalam mempelajari Qur'an karena dipermudah dengan adanya terjemahan bahasa Indonesia, sedangkan sisanya sebesar 17% responden menyatakan sangat setuju dan 45% responden menyatakan netral dan 0,6% responden tidak setuju dan sisanya 0,1% menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pertanyaan 4, 51% responden menyatakan setuju bahwa lebih praktis mempelajari hadits dengan handphone Nexian C900 dari pada belajar secara manual, sedangkan sisanya sebesar 21% responden menyatakan sangat setuju, 26% responden menyatakan netral dan 0,1% menyatakan tidak setuju dan 0,1% responden sangat tidak setuju.

Pada item pertanyaan 5, 50% responden menyatakan setuju bahwa aplikasi dalam pencarian hadits-hadits lebih

mudah dibanding dengan secara manual, sedangkan sisanya sebesar 21% responden menyatakan sangat setuju, 26% responden menyatakan netral dan 0,2% responden menyatakan tidak setuju dan 0,1% responden sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 6, 27% responden menyatakan setuju bahwa handphone Nexian C900 mempunyai kemampuan baik dalam menyediakan hadits-hadits, sedangkan sisanya sebesar 16% responden menyatakan sangat setuju, 56% responden menyatakan netral dan sisanya sangat tidak setuju 0,1%.

Pada item pertanyaan 7, 50% responden menyatakan setuju bahwa aplikasi adzan dan dzikir pada handpone Nexian C900 sudah sesuai dengan keinginan, sedangkan sisanya sebesar 15% responden menyatakan sangat setuju, 34% responden menyatakan netral dan 0,1% responden menyatakan tidak setuju. Pada item pertanyaan 8, 49% responden menyatakan setuju bahwa menggunakan handpone Nexian C900 karena ingin tepat waktu dalam beribadah khususnya sholat, sedangkan sisanya sebesar 29% responden menyatakan sangat setuju, 22% responden menyatakan netral.

Pada item pertanyaan 9, 28% responden menyatakan setuju bahwa aplikasi azdan dan dzikir sudah sesuai dengan prinsip-prinsip agama (syari'ah), sedangkan sisanya sebesar 0,9% responden menyatakan sangat setuju, 49% responden

menyatakan netral dan 13% responden menyatakan tidak setuju dan 0,1% responden menyatakan sangat tidak setuju.

#### **4.2.2.2 Minat Beli**

Pada item pertanyaan 10, 48% responden menyatakan setuju dengan produk konten islami sesuai dengan kebutuhan konsumen, sedangkan sisanya sebanyak 11% responden menyatakan sangat setuju dan 41% responden menyatakan netral. Pada item pertanyaan 11, 39% responden menyatakan setuju membeli dengan memperhatikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada penggunaannya dalam hal mengakses konten Islami sedangkan sisanya sebanyak 12% responden menyatakan sangat setuju dan 44% menyatakan netral dan 0,5% responden menyatakan tidak setuju.

Pada item pertanyaan 12, 43% responden menyatakan setuju bahwa dengan adanya konten Islami responden berkeinginan menggunakan atau membeli handphone Nexian C900, sedangkan sisanya sebanyak 0,7% menyatakan sangat setuju dan 45% menyatakan netral dan sisanya 0,5% menyatakan tidak setuju. Pada item pertanyaan 13, 45% responden menyatakan setuju bahwa responden merasa produk konten Islami sangat memberi manfaat, sedangkan sisanya sebanyak 14% responden

menyatakan sangat setuju dan 35% responden menyatakan netral dan 0,5% responden menyatakan tidak setuju dan sisanya 0,1% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pertanyaan 14, 40% responden menyatakan bahwa responden akan membeli handphone Nexian C900, sedangkan sisanya 15% responden menyatakan sangat setuju dan 44% responden menyatakan netral dan 0,1% responden menyatakan tidak setuju. Pada item pertanyaan 15, 47% responden menyatakan setuju bahwa responden akan menyarankan kepada orang lain untuk menggunakan handphone Nexian C900, sedangkan sisanya sebanyak 20% menyatakan sangat setuju dan 29% responden menyatakan netral dan 0,3% responden menyatakan tidak setuju dan 0,1% sisanya responden menyatakan sangat tidak setuju.

#### **4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas**

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis SPSS. Berikut hasil pengujian validitas, untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n - k$  dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya  $df$  dapat dihitung  $100 - 2$  atau  $df = 98$  dengan *alpha* 0,05 didapat  $r$  tabel 0,1654 ; jika  $r$  hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom

corrected item pertanyaan total correlation) lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai  $r$  positif, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid

Tabel 4.7

Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pertanyaan	Corrected Item Pertanyaan Total Correlation	r table	Keterangan
Konten Islami (X)	Pertanyaan 1	0,6901	0,1654	Valid
	Pertanyaan 2	0,5883	0,1654	Valid
	Pertanyaan 3	0,5836	0,1654	Valid
	Pertanyaan 4	0,7300	0,1654	Valid
	Pertanyaan 5	0,4950	0,1654	Valid
	Pertanyaan 6	0,5916	0,1654	Valid
	Pertanyaan 7	0,6119	0,1654	Valid
	Pertanyaan 8	0,3358	0,1654	Valid
	Pertanyaan 9	0,4698	0,1654	Valid
Minat Konsumen (Y)	Pertanyaan 10	0,4872	0,1654	Valid
	Pertanyaan 11	0,5606	0,1654	Valid
	Pertanyaan 12	0,6871	0,1654	Valid
	Pertanyaan 13	0,6244	0,1654	Valid
	Pertanyaan 14	0,5826	0,1654	Valid
	Pertanyaan 15	0,5704	0,1654	Valid

Sumber : *Data Primer yang diolah, 2013*

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan  $r$  hitung > dari  $r$  tabel (0,1654) dan bernilai positif. Validitas instrument penelitian dikatakan valid apabila nilai korelasi lebih besar dari pada nilai  $r$  dalam tabel *produk-moment*. Tabel kritis dari nilai  $r$  *produk-moment* untuk  $n = 100$  adalah 0,1654, sementara hasil korelasi item yang paling rendah adalah 0,3358. Dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 4.8

## REL TBN Realiability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.801	.805	15

Sumber: *data primer yang telah diolah, 2013*

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian reliabilitas instrumen penelitian, karena diperoleh nilai koefisien reliabilitas  $> 0,60$  maka dapat disimpulkan bahwa semua instrumen penelitian tersebut dinyatakan reliabel.

#### 4.4 Hasil Analisis Data

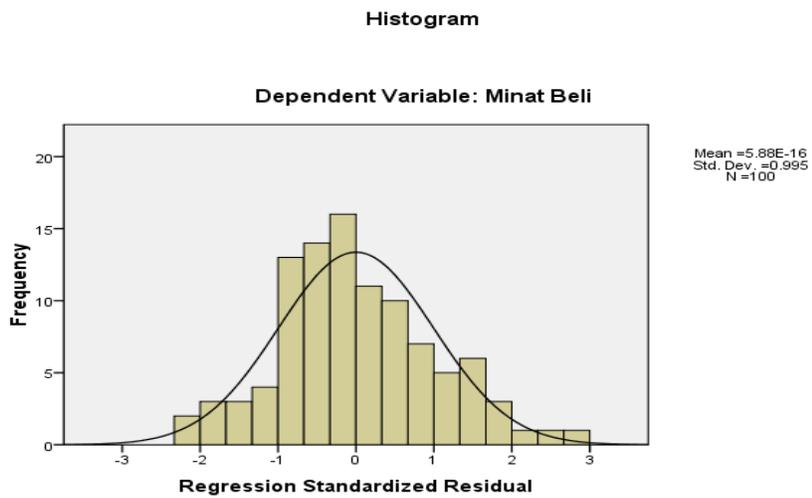
Penelitian ini menguji hipotesis dengan metode analisis regresi sederhana. Sesuai dengan rumusan masalah, tujuan dan hipotesis dalam penelitian ini, metode regresi sederhana menghubungkan satu variabel dependen dengan independen. Analisis ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh konten islami terhadap minat beli konsumen pada handphone Nexian C900 Di Flexi Center Plaza Simpang 5 Semarang.

##### 4.4.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Cara yang bisa ditempuh untuk menguji kenormalan data adalah dengan

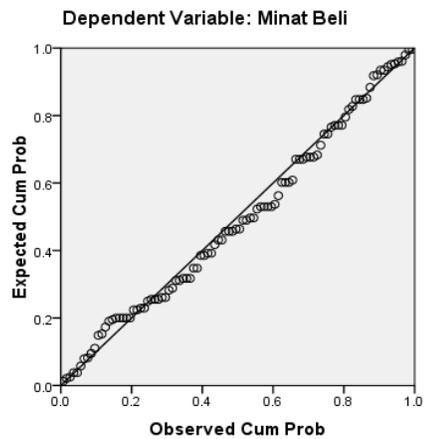
menggunakan Grafik Normal P-P Plot dengan cara melihat penyebaran datanya. Jika pada grafik tersebut penyebaran datanya mengikuti pola garis lurus, maka datanya normal.

Gambar 4.2



Gambar 4.3

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan pada grafik histogram dan residual diatas telah menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna. Dan pada grafik normal P-P Plot residual di atas juga terlihat bahwa data (titik-titik) menyebar disekitar garis linier (garis diagonal), serta penyebaran mengikuti arah garis diagonal, yang artinya data minat beli konsumen terdistribusi dengan normal. Dengan demikian, model regresi ini telah memenuhi asumsi normalitas.

#### 4.4.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Hasil analisis regresi diperoleh besarnya koefisien determinai sebesar 0,351. Hal ini dapat ditunjukkan oleh tabel di bawah ini :

Tabel 4.9

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.592 <sup>a</sup>	.351	.344	2.14209

a. Predictors: (Constant), Konten Islami

b. Dependent Variable: Minat Beli

1. Angka R sebesar 0,592 menunjukkan bahwa korelasi / hubungan antara minat dengan konten islami adalah sedang
2. Angka R square atau koefisien determinasi adalah 0,351(berasal dari 0,592 x 0,592). Hal ini berari 35,1%

variasi dari variabel dependent (minat) dijelaskan oleh variasi dari variabel independent (konten islami). Sedangkan sisanya ( $100\% - 35,1\% = 64,9\%$ ) mungkin dipengaruhi oleh lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

#### 4.4.3 Hasil Uji Regresi

Tabel 4.10

Uji f

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	243.230	1	243.230	53.008	.000 <sup>a</sup>
	Residual	449.680	98	4.589		
	Total	692.910	99			

a. Predictors: (Constant), Konten Islami

b. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: data primer yang diolah, 2013

Dari uji ANOVAC atau F test, didapat F hitung adalah 53,008 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena probabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi bisa dipakai untuk memprediksi minat. Atau bisa dikatakan, Konten islami berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

#### 4.4.4 Uji t

Tabel 4.11

## Uji t

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.671	1.839		4.715	.000
Konten Islami	.393	.054	.592	7.281	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Langkah-langkah pengujian sebagai berikut:

### **Pengujian Koefisien Regresi Variabel Konten Islami terhadap Minat Beli**

#### 1. Menentukan Hipotesis

Ho : Konten Islami tidak ada pengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

Ha : Konten Islami ada pengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

#### 2. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan  $\alpha = 5\%$

#### 3. Menentukan t hitung

Berdasarkan tabel diperoleh t hitung sebesar 7,281

#### 4. Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$  diperoleh taraf signifikan 0,000 dengan derajat kebebasan (df)

=n-k-1 atau 100-1-1 = 98 (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,000) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 1,984 (Lihat pada lampiran) atau dapat dicari di Ms Excel dengan cara pada cell kosong ketik =tinv(0.05;26) lalu enter.

#### 5. Kriteria Pengujian

Ho diterima jika  $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$

Ho ditolak jika  $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

#### 6. Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung  $> t \text{ tabel}$  (7,281  $>$  1,984) maka Ho ditolak

#### 7. Kesimpulan

Oleh karena nilai t hitung  $> t \text{ tabel}$  (7,281  $>$  1,984) maka Ho ditolak, artinya Konten Islami ada pengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Jadi dari kasus ini dapat disimpulkan bahwa Konten Islami ada pengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

#### **Analisis Regresi Sederhana**

$$Y = a + bX$$

$$Y = 8,671 + 0,393X$$

Untuk itu dari hasil perhitungan tersebut maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut: berdasarkan persamaan regresi terlihat bahwa parameter koefisien regresinya untuk variabel independen adalah positif, hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara Konten Islami terhadap Minat Beli

Konsumen dalam pembelian handphone Nexian C900, sehingga setiap terjadi peningkatan X akan diikuti pula oleh peningkatan Y. Dengan kata lain, semakin tinggi konten islami semakin mempengaruhi minat beli konsumen dalam pembelian handphone Nexian C900.

Rumusan matematisnya adalah apabila nilai konten islami meningkat 1 skor, maka minat beli konsumen meningkat 0,393 skor. Nilai konstanta sebesar 8,671 menunjukkan nilai rata-rata Y apabila X nol.

#### **4.5 Pembahasan**

Dari analisis variabel dapat diketahui pengaruh konten Islami terhadap minat beli konsumen pada handphone Nexian C900 di Flexi center Plaza simpang 5 Semarang.

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa pada variabel konten islami sebagian besar dijawab setuju dan netral dan sebagian kecil memilih sangat setuju. Dan sebagian besar memilih indikator hadist pada variabel konten Islami, memilih indikator *affective component* untuk variabel minat beli. Hal ini sejalan dengan pengujian hipotesis satu yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara konten Islami dan minat beli konsumen pada handphone Nexian C900 di Flexi center Plaza simpang 5 Semarang dengan ditunjukkan P value 0,000 yang lebih kecil dari nilai signifikansi 5% atau 0,05.

Pengujian validitas instrumen, ada dua syarat yang penting yang

berlaku pada sebuah angket, yaitu sebuah angket yang valid dan *reliabel*. Jika pertanyaan pada angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket tersebut.

Nilai valid suatu pertanyaan harus memenuhi standar bahwa,  $r$  hitung > dari  $r$  tabel (0,1654). Dalam pengolahan data penelitian yang ditunjukkan pada tabel 4.7 yaitu hasil pengolahan data validitas pertanyaan variabel konten Islami dan minat beli yang berjumlah 15 nomor pertanyaan dan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Dan semua item pertanyaan di atas 0,1654 dengan nilai yang paling rendah yaitu 0,3358 yang berarti semua pertanyaan dinyatakan valid.

Pengujian reliabilitas terhadap seluruh pertanyaan pada penelitian ini akan menggunakan rumus koefisien *cronbach alpha*  $\geq 0,60$  dikatakan reliabel. Hasil pengujian nilai *cronbach alpha* 0,801 (X) dan 0,805 (Y) yang artinya seluruh pertanyaan sudah memenuhi persyaratan dan dapat dikatakan item pertanyaan tersebut reliabel atau handal.

Dari output uji F pada tabel 4.10 didapat nilai F hitung 53,008 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang kurang dari nilai *alpha* 5% atau 0,05 sehingga memberi keputusan untuk menolak  $H_0$ . Hal ini menunjukkan bahwa model persamaan *regresi* yang terbentuk sudah baik.

Berdasarkan hasil pengolahan tabel 4.11 didapatkan nilai t hitung sebesar 7,281 dengan nilai signifikansinya 0,000 dimana nilai tersebut kurang dari nilai *alpha*. Sehingga memberikan keputusan untuk menolak  $H_0$  yang artinya menurut 100 sampel yang dianalisis bahwa ada pengaruh

antara variabel X dan variabel Y.

Dengan melihat tabel 4.11 mendapatkan nilai *constant* sebesar 8,671 dan X 0,393 sehingga didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 8,671 + 0,393$$