BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Subyek Penelitian

Jumlah subyek penelitian ini adalah 70 responden. Sesuai dengan karakteristik sampel penelitian yang telah ditentukan oleh peneliti, maka responden penelitian ini adalah remaja usia antara 15 – 18 tahun, penggemar sepak bola dan berdomisili di Kabupaten Bogor. Berikut ini adalah data responden penelitian:

a) Gambaran Responden Berdasarkan Usia Responden

Pada tabel 4.1 dibawah ini menjelaskan gambaran responden berdasarkan Usia Responden

Tabel 4.1

Jumlah Responden berdasarkan Usia

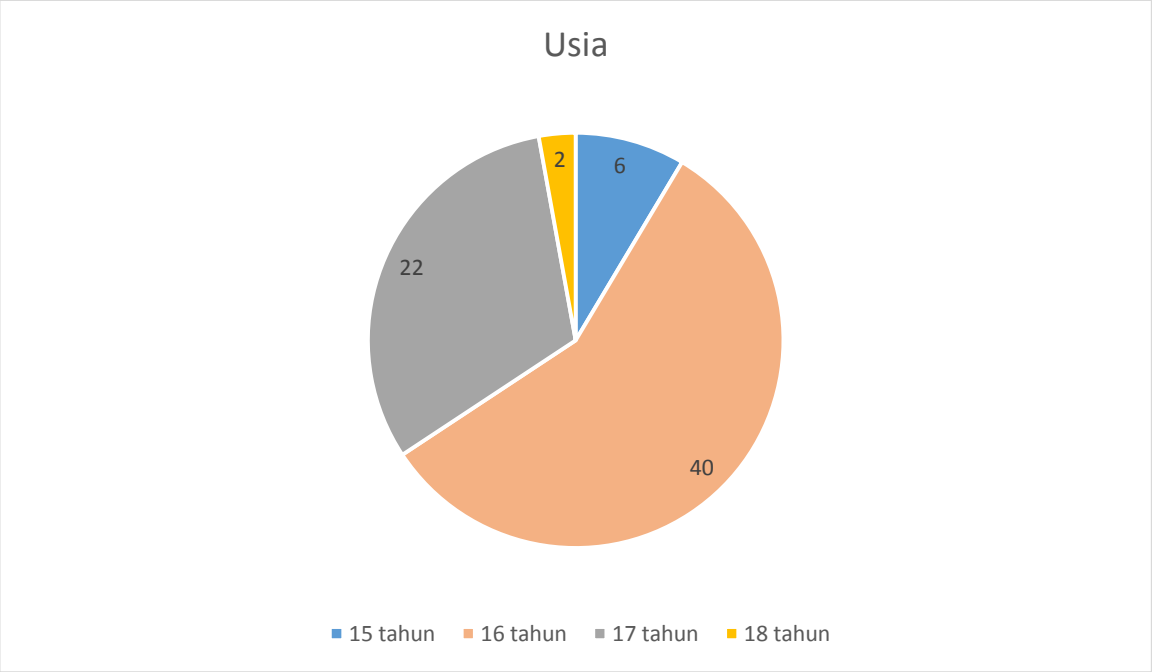
No.	Usia	Jumlah Responden	Persentase
1	15	6	8,6 %
2	16	40	57,1 %
3	17	22	31,4 %
4	18	2	2,9 %
	Jumlah	70	100 %

Melalui gambar diatas, maka dapat diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan usia 15 tahun sebanyak 6 responden (8,6 %), usia 16 tahun sebanyak 40 responden (57,1 %), usia 17 tahun sebanyak 22 responden (31,4 %) dan usia 18 tahun sebanyak 2 responden (2,9 %).

Jika digambarkan melalui grafik, maka hasilnya adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1

Jumlah Responden Berdasarkan Usia



b) Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun gambaran subyek berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.2 :

Tabel 4.2

Jumlah Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase %
1	Laki-laki	56	80 %
2	Perempuan	14	20 %
	Jumlah	70	100 %

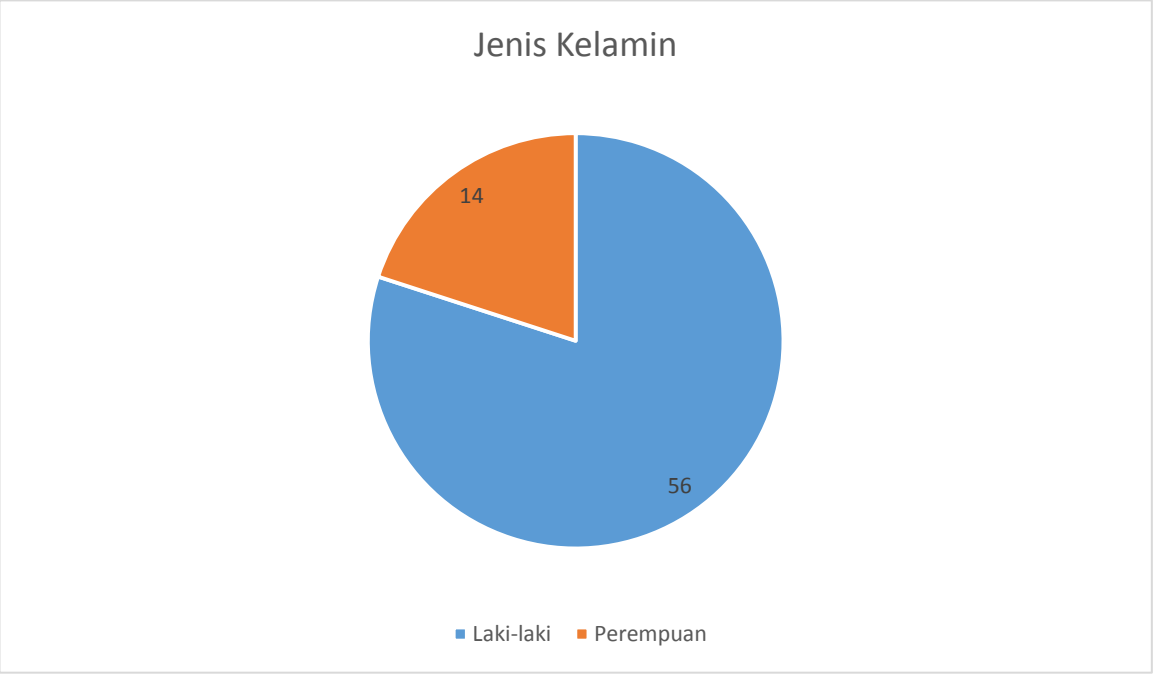
Berdasarkan pada data tabel, dapat diketahui bahwa jumlah subyek penelitian ini adalah 70 responden dengan pembagian berdasarkan jenis kelamin,

yaitu laki-laki berjumlah 56 responden dan perempuan berjumlah 14 responden. Berdasarkan data tersebut memperlihatkan bahwa responden laki-laki lebih banyak dibandingkan dengan responden berjenis kelamin perempuan.

Jika digambarkan melalui grafik, maka hasilnya adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2

Jumlah Respondem Berdasarkan Jenis Kelamin



4.2 Prosedur Penelitian

Pada penelitian ini terbagi menjadi 2 tahap, yaitu tahap persiapan dan tahap pelaksanaan penelitian.

4.2.1 Persiapan Penelitian

Dalam menjalankan penelitian ini, peneliti melakukan beberapa tahapan prosedur penelitian, yakni sebagai berikut :

a. Menentukan variabel dan subyek yang akan diteliti
b. Perumusan masalah
c. Melakukan kajian studi pustaka untuk mendapatkan gambaran dan landasan teori yang tepat mengenai variabel yang akan diteliti.
d. Menentukan dan menyiapkan alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian, yaitu alat ukur *The Coopersmith Self-Esteem Inventory-School*

Form dan mengadopsi alat ukur intensi membeli Shukla dengan menambahkan 3 item intensi membeli lainnya.

e. Melakukan *expert judgement* instrumen penelitian kepada dosen yang ahli pada bidang yang akan diteliti.
f. Melakukan uji coba instrumen pada 50 responden.
g. Melakukan uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan SPSS versi 22 pada instrumen yang telah diujikan pada 50 responden sehingga diketahui instrumen item yang valid dan item yang gugur yang telah disusun.
h. Setelah menyeleksi item yang gugur maka instrumen penelitian dapat digunakan untuk melakukan pengambilan data sampel penelitian.

4.2.2 Pelaksanaan Penelitian

Pengambilan data dilakukan secara langsung, peneliti membagikan angket kuesioner kepada responden yang dapat peneliti temui. Pengambilan data dilakukan selama 1 minggu, yaitu dari tanggal 22 sampai 28 Mei 2017. Jumlah responden yang diperoleh adalah sebanyak 70 responden, yang terbagi menjadi 56 laki – laki dan 14 perempuan. Item – item instrumen penelitian yang digunakan pada pelaksanaan penelitian adalah item yang sudah valid, yaitu berjumlah 41 item pada instrumen *The Coopersmith Self-Esteem Inventory-School Form* dan instrumen intensi membeli berjumlah 6 item.

4.3 Hasil Analisis Data Penelitian

4.3.1 Variabel Intensi Membeli

Berikut adalah hasil deskripsi skor intensi membeli yang telah dianalisis

Tabel 4.3

Deskripsi Skor Intensi Membeli

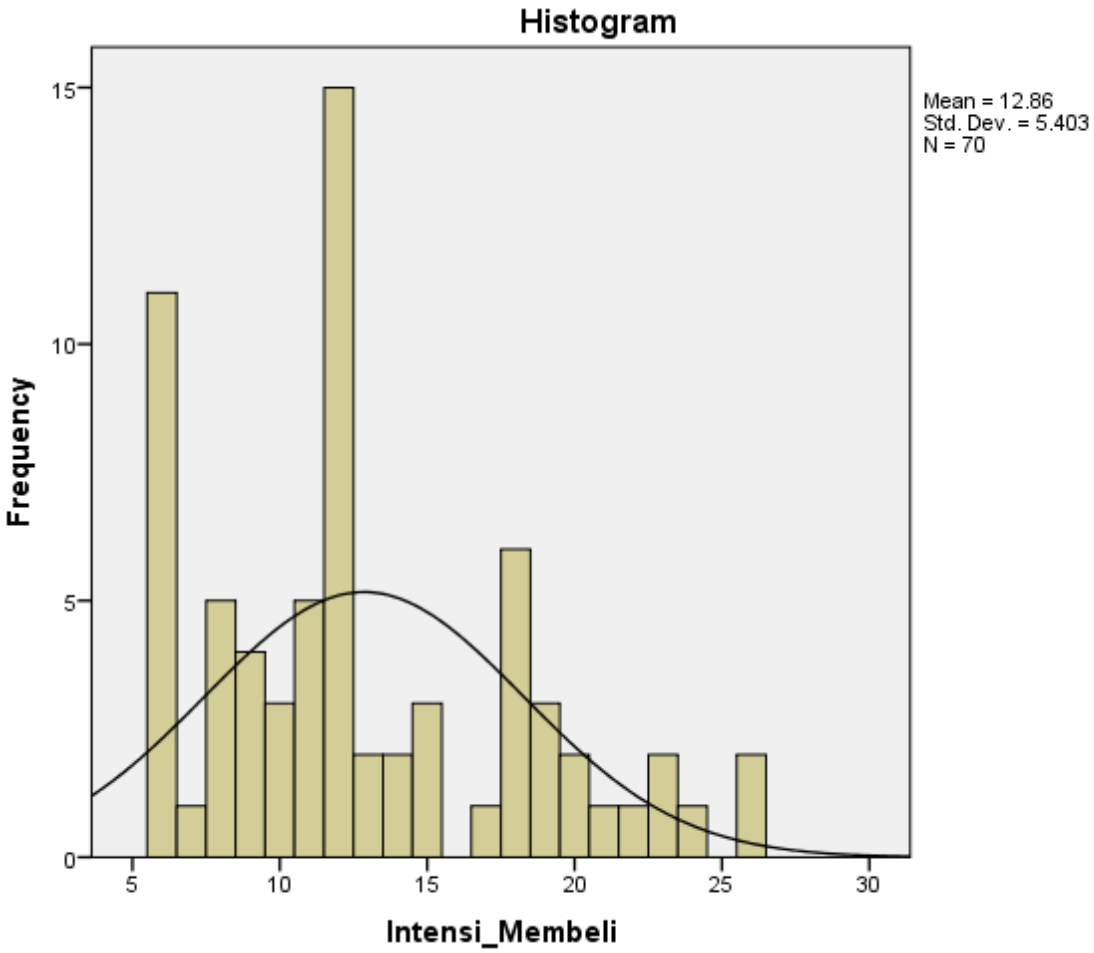
Statistik	Hasil Pengolahan Data
Mean	12,86
Median	12
Standar Deviasi	5,40
SD (Varians)	29,19

Minimum	6
Maximum	26

Pengukuran dilakukan dengan memilih pilihan jawaban. Instrumen diberikan kepada 70 responden dengan jumlah item sebanyak 6 butir pertanyaan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan alat ukur Shukla dengan jumlah item sebanyak 6 butir.Dari hasil pengolahan statistik diperoleh skor Mean 12,86, Median 12, Standar Deviasi 5,40, SD (Varians) 29,19, nilai minimum 6, nilai maximum 26. Dibawah ini terdapat grafik yang menunjukkan bentuk kurva variable Intensi Membeli:

Gambar 4.3

Histogram Variabel Intensi Membeli



4.3.2 Variabel Harga Diri

Berikut adalah hasil deskripsi skor harga diri yang telah dianalisis

Tabel 4.4

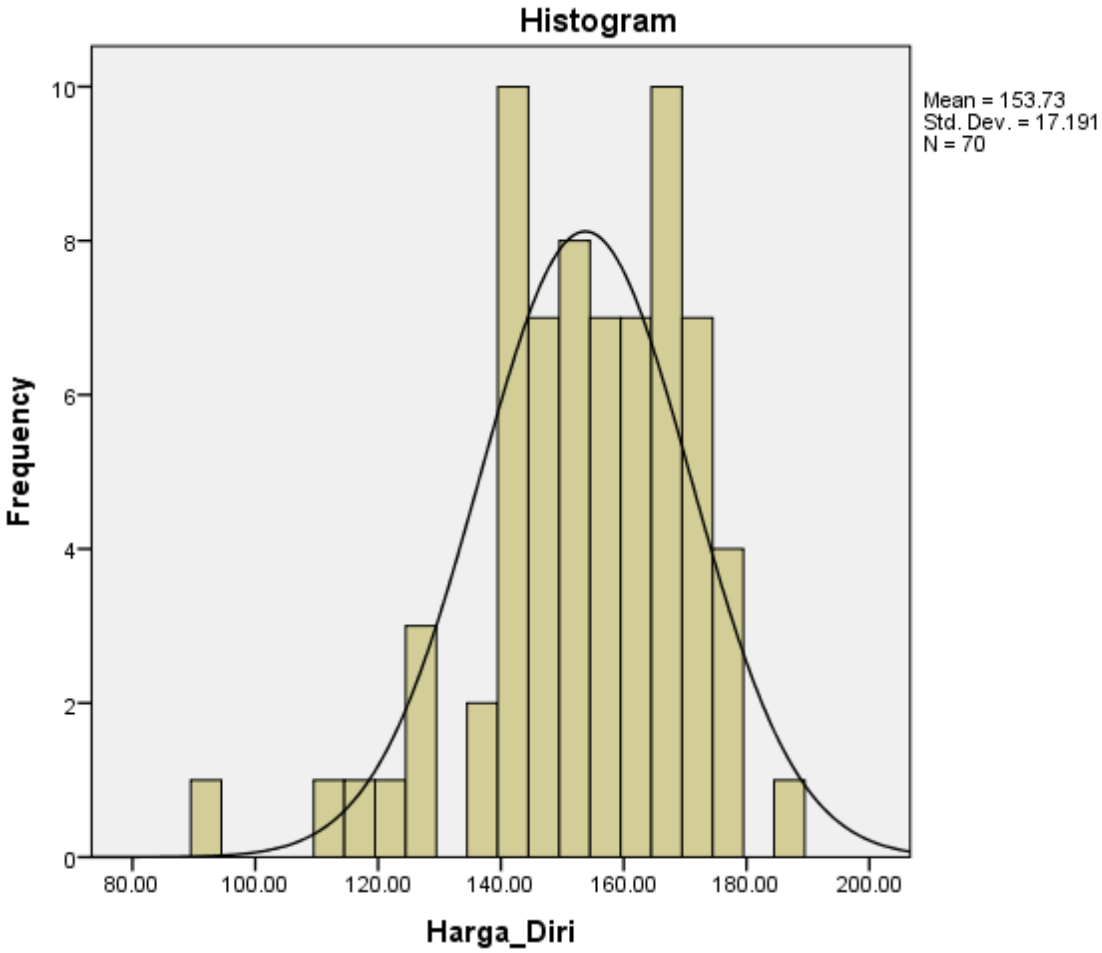
Deskripsi Skor Harga Diri

Statistik	Hasil Pengolahan Data
Mean	153,72
Median	156
Standar Deviasi	17,19
SD (Varians)	295,53
Minimum	92
Maximum	187

Pengukuran dilakukan dengan memilih pilihan jawaban. Instrumen diberikan kepada 70 responden dengan jumlah item sebanyak 41 butir pertanyaan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 4 skala dimensi harga diri, yaitu Harga Diri Umum (17 butir), Harga Diri Sosial (6 butir), Harga Diri Keluarga (12 butir), dan Harga Diri Remaja (6 butir). Dari hasil pengolahan statistic diperoleh skor Mean 153,72, Median 156, Standar Deviasi 17,19, SD (Varians) 295,53, nilai minimum 92, nilai maximum 187. Dibawah ini terdapat grafik yang menunjukkan bentuk kurva variable Harga Diri:

Gambar 4.4

Histogram Variabel Harga Diri



4.4 Kategorisasi Data

4.4.1 Kategorisasi Data Harga Diri

Dalam menentukan penempatan kategori-kategori untuk responden maka dilakukan kategorisasi. Berikut ini adalah kategorisasi variabel intensi membeli. Skor intensi membeli didapat dari penelitian ini dikategorikan menjadi dua, yaitu intensi membeli tinggi dan intensi membeli rendah. Penarikan tinggi dan rendahnya intensi membeli dilakukan berdasarkan mean teoritik dari intensi membeli.

Dengan menggunakan rumus :

X ≥ Mean Teoritik = T

X ≤ Mean Teoritik = R

Ket :

Mean Teoritik : Jumlah Aitem yang Valid x Nilai Tengah Skala Likert

Berikut ini hasil kategorisasi intensi membeli dalam bentuk tabel:

Tabel 4.5

Kategorisasi Harga Diri

Kategorisasi	Skor	Frekuensi	Presentase
Tinggi	X ≥ 123	66	94,3
Rendah	X ≤ 122	4	5,7

4.4.2 Kategorisasi Data Intensi Membeli

Dalam menentukan penempatan kategori-kategori untuk responden maka dilakukan kategorisasi. Berikut ini adalah kategorisasi variabel intensi membeli. Skor intensi membeli didapat dari penelitian ini dikategorikan menjadi dua, yaitu intensi membeli tinggi dan intensi membeli rendah. Penarikan tinggi dan rendahnya intensi membeli dilakukan berdasarkan mean teoritik dari intensi membeli.

Dengan menggunakan rumus :

X ≥ Mean Teoritk = T

X ≤ Mean Teoritik = R

Ket :

Mean Teoritik : Jumlah Aitem yang Valid x Nilai Tengah Skala Likert

Berikut ini hasil kategorisasi intensi membeli dalam bentuk tabel:

Tabel 4.6

Kategorisasi Intensi Membeli

Kategorisasi	Skor	Frekuensi	Presentase
Tinggi	X ≥ 18	18	25,7 %
Rendah	X ≤ 17	52	74,3 %

4.5 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data sampel yang berasal dari populasi berdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 22 dengan taraf signifikansi sebesar 5 % atau 0,05. Data berdistribusi normal apabila ρ (taraf signifikansi pengujian)

lebih besar dari α atau ρ > 0,05. Menurut *Salkind* ketika sampel penelitian yang diambil merupakan sampel besar (lebih dari 30 responden) maka dapat diasumsikan data tersebut merupakan data normal, pengujian tersebut menggunakan taraf signifikansi 0,05.

Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Taraf signifikansi 0,05 artinya peneliti mengambil resiko salah dalam mengambil keputusan untuk menolak hipotesis yang benar sebanyak – banyaknya 5% dan benar dalam mengambil keputusan sekitar 95% (tingkat kepercayaan) atau dengan kata lain peneliti percaya bahwa 95% dari keputusan untuk menolak hipotesis yang salah adalah benar. Data dikatakan berdistribusi normal jika tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05.

4.6 Uji Linieritas

Pengujian linieritas pada penelitian ini juga menggunakan SPSS versi 22. Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah kedua variabel memiliki hubungan yang linier atau tidak. Dalam penelitian ini, peneliti ingin meguji bagaimana linieritas variabel intensi membeli terhadap harga diri sampel penelitian. Kedua variabel dikatakan memiliki hubungan yang linier apabila ρ < 0,05. Hasil pengujian linieritas penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara intensi membeli jersey sepak bola dengan harga diri.

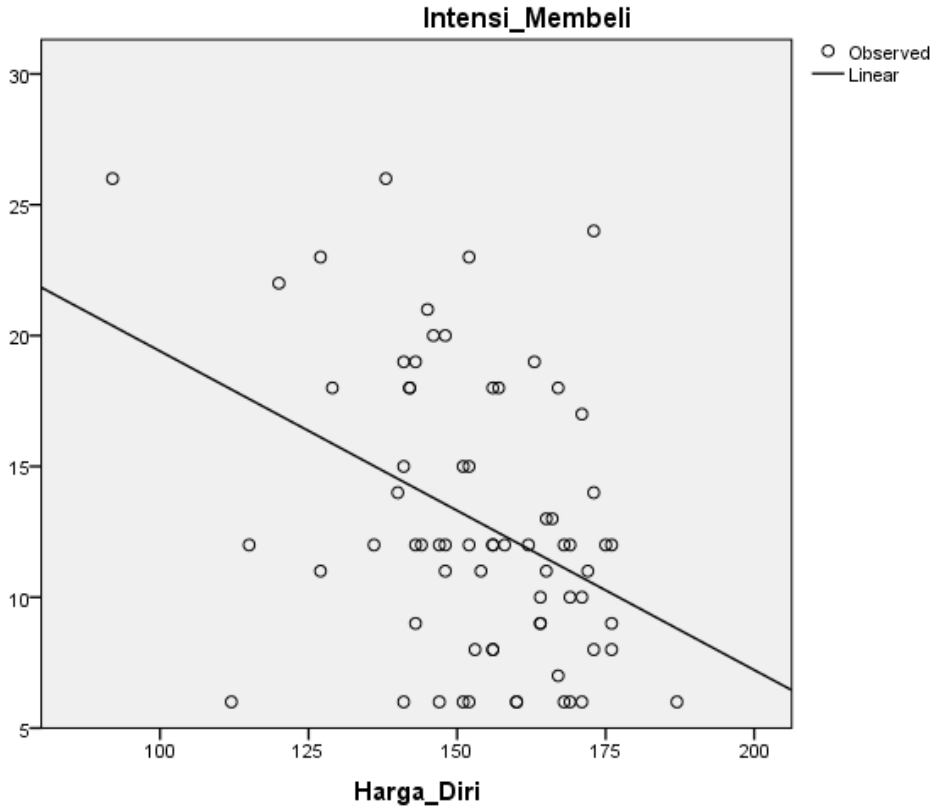
Tabel 4.7 Uji Linieritas

Variabel	P	α	Interpretasi
Harga Diri Dengan Intensi Membeli	0,001	< 0,05	Linier

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa taraf signifikansi (ρ) sebesar 0,001. Jika dibandingkan dengan α, maka ρ < α. Artinya bahwa kelinieran terpenuhi dari data penelitian variabel harga diri dan intensi membeli.

Gambar 4.5

Grafik Scatter Plot Uji Linieritas



4.7 Pengujian Hipotesis Penelitian

Dalam pengujian ini, peneliti menggunakan analisis regresi sebagai proses pengujian hipotesis. Analisi regresi dilakukan untuk mencapai tujuan-tujuan penelitian yang belum dapat dilakukan jika hanya dengan korelasi saja. Dalam analisis regresi, terdapat beberapa syarat yang diperlukan agar pengujian dengan analisis ini dapat tercapai. Yang sebaiknya dilakukan peneliti adalah membuktikan ada atau tidaknya hubungan atau korelasi antara variabel-variabel penelitian.

Selain itu perlu dilakukan beberapa asumsi untuk dapat melanjutkan ke analisis regresi. Asumsi-asumsi tersebut adalah (1) Data yang digunakan berasal dari sampel yang diambil secara kriteria yang telah ditentukan dari populasinya. (2) Data yang digunakan berdistribusi normal serta serta terjadi linieritas antara

variabel Y dengan variabel X. Setelah asumsi-asumsi tersebut tercapai, maka peneliti melanjutkan melakukan pengujian hipotesis dengan analisis regresi.

Hipotesis Penelitian

Ho : Tidak dapat pengaruh harga diri terhadap intensi membeli

Ha : Terdapat pengaruh harga diri terhadap intensi membeli

Untuk melakukan pengujian hipotesis ini, peneliti melakukan pengujian dengan menggunakan analisis regresi SPSS versi 22.0. Pengujian menggunakan analisis ini untuk melihat pengaruh intensi membeli terhadap harga diri . Hasil dari pengujian hipotesis ini adalah sebagai berikut:

1. Besar koefisien korelasi Pearson product moment antara variabel intensi membeli dan harga diri adalah 0,000 dengan nilai ρ yaitu 0,05. Artinya terdapat korelasi yang signifikan antara variabel intensi membeli dan harga diri. Pada tabel dibawah ini menunjukkan hasil kolerasi antara intensi membeli dan harga diri.

Tabel 4.8

Tabel Korelasi Pearson Product Moment antara Harga Diri dengan Intensi Membeli

Variabel	P	α	Interpretasi
Harga Diri Dengan Intensi Membeli	0,000	0,05	Terdapat hubungan yang signifikan harga diri dengan intensi membeli

2. Hasil penghitungan indeks korelasi ganda (R) pada hasil pengujian yaitu 0,388 dan R square 0,150. Artinya, harga diri mempengaruhi intensi membeli sebesar 15 %. Pada tabel dibawah ini menunjukkan hasil penghitungan indeks korelasi ganda.

Tabel 4.9

Model Summary Intensi Membeli dengan Harga Diri

Variabel	R	R square	Adjusted R
Intensi Membeli dan Harga Diri	0,388	0,150	0,138

3. Hasil penghitungan F pada hasil analisis regresi pada penelitian ini adalah 12,027 dengan nilai F tabel (df 1;68) yaitu 3,98. Nilai ρ menunjukkan angka 0,001. Berdasarkan hasil tersebut maka nilai F hitung > F tabel dan ρ < α . Sehinhgga kesimpulannnya adalah Ho ditolak Ha diterima. Dengan kata lain terdapat pengaruh antara harga diri dengan intensi membeli. Dibawah ini adalah tabel analisis regresi.

Tabel 4.10

Hasil Analisis Regresi Harga Diri dengan Intensi Membeli

Variabel	F hitung	F tabel	Keterangan
Harga diri dengan Intensi Membeli	12,027	3,98	F hitung > F tabel

Tabel 4.11

Hasil Analisis Regresi Harga Diri dengan Intensi Membeli

Variabel	P	α	Keterangan
Harga Diri Dengan Intensi Membeli	0,001	0,05	ρ< α

4. Hasil Penghitungan analisis regresi juga dilakukan untuk menentukkan persamaan regresi penelitian ini. Berdasarkan hasil penghitungan, konstata variabel intensi membeli yaitu 31,589 dan koefisien regresi sebesar – 0,122. Dari data tersebut, maka persamaan regresinya adalah:

Y = a+bX

Y = 31,589 - 0,122

Intensi Membeli = 31,589 – 0,122 Harga Diri

Pengertian dari persamaan regresi diatas adalah jika skor Harga Diri mengalami kenaikan sebesar 31,589 satuan maka Intensi Membeli mengalami penurunan sebesar -0,122 satuan. Dengan demikian terdapat pengaruh antara harga diri dengan intensi membeli.

4.8 Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji analisis regresi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga diri terhadap intensi membeli. Pengaruh yang dimaksud adalah apabila seseorang memiliki harga diri yang tinggi maka seseorang tersebut memiliki intensi membeli yang rendah, namun apabila seseorang memiliki harga diri yang rendah maka tingkat intensi membeli seseorang tersebut menjadi tinggi.

Beberapa syarat pengujian yang perlu dilakukan sebelum melakukan analisis regresi, yaitu uji normalitas dan uji linearitas, Seperti yang telah dibahas pada pengujian persyaratan bahwa penelitian ini memenuhi syarat untuk melakukan uji analisis regresi. Hal ini dikarenakan bahwa penyebaran data sampel penelitian terdistribusi normal dan terdapat hubungan yang linier antara intensi membeli dengan harga diri. Hubungan linier yang dimaksud adalah bahwa rata-rata yang diperoleh oleh data sampel menunjukkan bahwa kedua variabel berada pada satu garis lurus.

Selain itu, pada nilai R square hasil pengujian penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,150 (15 %). Artinya adalah harga diri memberikan pengaruh sebesar 15 % terhadap intensi membeli.

4.9 Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti memiliki beberapa keterbatasan, antara lain :

1. Keterbatasan alat ukur variabel intensi membeli.
2. Keterbatasan dalam mendapatkan referensi jurnal mengenai hubungan antara variabel intensi membeli dengan harga diri.
3. Keterbatasan dalam pembuatan instrument intensi membeli yang tidak melakukan uji elisitasi item-item.