# BAB IV

# HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

## 4.1 Hasil Penelitian

### 4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan

JG Motor adalah dealer resmi YAMAHA dengan badan hukum PT Jayamandiri Gemasejati**.** Bergerak di bidang penjualan retail kendaraan otomotif khususnya motor dengan merk YAMAHA. Didirikan pada tanggal 29 Oktober 1994, secara operasional menjalankan bisnis retail otomotif YAMAHA pada bulan September 2001 dengan menggunakan nama JG Motor Group. Nama JG itu sendiri berasal dari penyingkatan nama Jayamandiri Gemasejati. Cabang pertama yang dibuka adalah JG Cibeureum yang berlokasi di Jl. Raya Cibeureum No. 70 Cimahi-Bandung dengan status dealer 1S, dimana hanya melayani penjualan unit saja tanpa bengkel dan spareparts. Jumlah karyawan pada saat itu hanya berjumlah 8 orang saja. Hingga tahun 2008 JG Motor Group telah memiliki 26 cabang dengan status 3S (Sales, Service & Spareparts) yang tersebar di wilayah DKI dan Jawa Barat.

Motto JG Motor yang terkenal adalah "JG Jagonya Yamaha, Yamaha Jagonya Motor" diciptakan pada tahun 2006 merupakan cerminan langsung dari visi perusahaan untuk membawa JG Motor Group menjadi yang terkemuka dalam bisnis retail otomotif khususnya motor merk YAMAHA. Sampai saat ini kami terus berusaha mengembangkan pelayanan kami untuk penjualan dan servis sepeda motor

YAMAHA. Baik dalam hal penjualan, maupun dalam hal layanan purna jual. Guna memberikan layanan yang terbaik bagi konsumennya, dari waktu ke waktu.

Dari waktu ke waktu, senantiasa ada tantangan yang harus kami lalui. Terutama memasuki tahun 2010 ini, ada banyak tantangan yang terbentang didepan. Namun, apapun tantangan yang akan dihadapi, adalah tetap menjadi komitmen kami untuk bisa memberikan layanan yang terbaik. Dan tentunya, semuanya itu tidak terlepas dari suatu upaya pembinaan yang dilakukan secara kontinu dan konsisten, hingga didapat suatu hal yang lebih baik dari waktu ke waktu. Hal ini terbukti dengan perolehan penghargaan The Best Mechanic Contest 2008 - DDS I. Tidak berhenti sampai disana, salah satu cabang kami, JG Cibeureum juga mendapat penghargaan sebagai **The Best National 3S Dealer 2008** dari Yamaha Motor Kencana Indonesia (YMKI). Adapun Visi dan Misi JG Cibeureum sebagai berikut:

Visi dan Misi PT JayaMandiri GemaSejati

Visi:

Kami senantiasa mengembangkan diri dan memberikan yang terbaik buat pelanggan dan konsumenya. Dan kami akan memberikan pelayanan yang terbaik tentunya, semuanya itu tidak terlepas dari suatu upaya pembinaan yang dilakukan secara kontinu dan konsisten, hingga didapat suatu hal yang lebih baik dari waktu ke waktu.

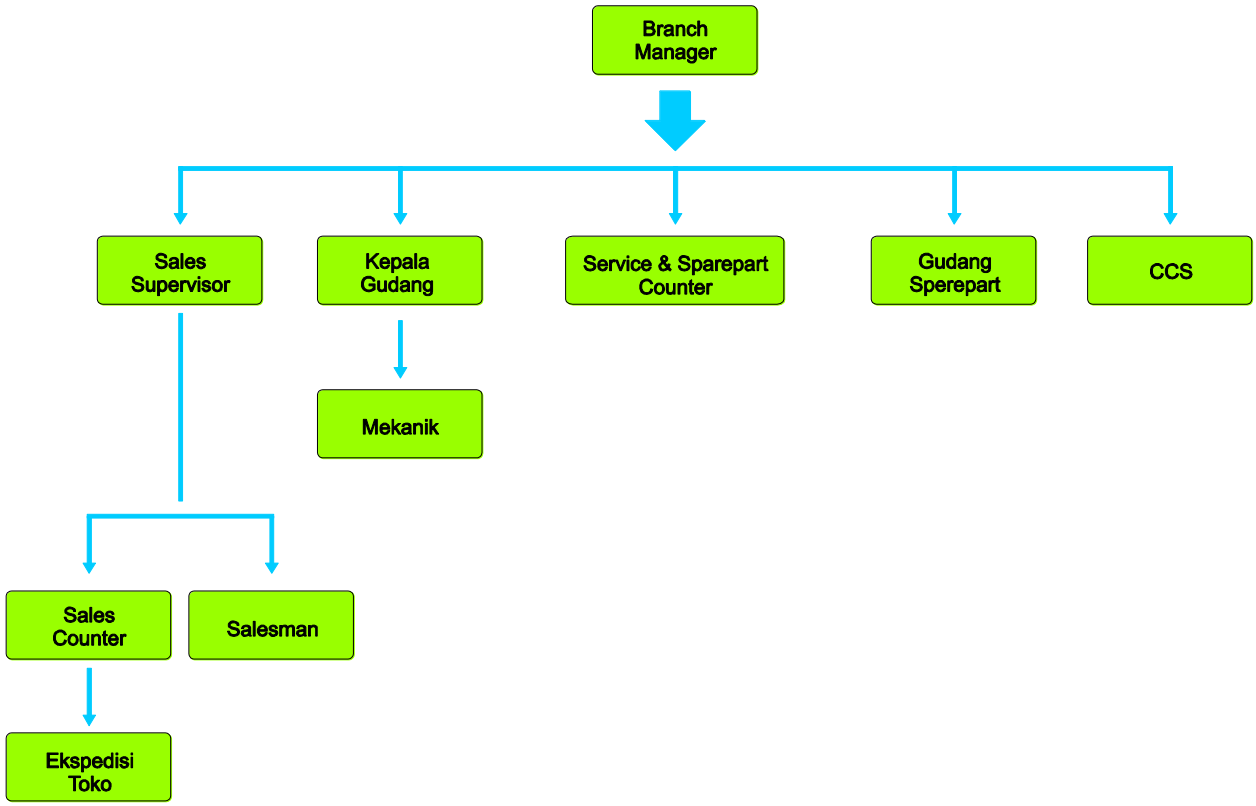
Misi:

JG Motor dealer yang selalu memberikan pelayanan yang tebaik buat semua pelanggan dan konsumen, dan keinginan konsumen akan dapat tercapai sesuai harapan konsumen.

### 4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam organisasi perusahaan agar dapat berjalan lebih baik perusahaan memiliki struktur organisasi yang sesuai dengan aktivitas perusahaan. Struktur organisasi dapat tampak jelas dan tegas, biasanya perusahaan menyusun suatu bagan organisasi yang menggambarkan fungsi- fungsi departemen atau jabatan dalam organisasi dan menunjukkan hubungan mereka dengan yang lain. Tiap- tiap bagan dalam organisasi mempunyai tugas dan tanggung jawab pada bidangnya masing-masing. JG Motor yamaha mempunyai struktur organisasi yang berbentuk garis dan staf . Adapun struktur organisasinya adalah sebagai berikut:

**STRUKTUR ORGANISASI JG CIBEUREUM**




***Sumber: PT.JG. Cibeureum Bandung***

**Gambar 4.1**

**STRUKTUR ORGANISASI JG CIBEUREUM**

### 4.1.3 Job Description

1. Jabatan: Branch Manager

   Atasan: Area Marketing Manager

   Uraian Tugas Branch Manager:

   1. Mengevaluasi pencapaian target harian, mingguan, dan bulanan.
   2. Membina dan menjaga hubungan baik dengan relasi perusahaan.
   3. Memfasilitasi pertemuan KPP di toko.
   4. Membuat rencana kerja secara berkala.
   5. Melaksanakan training kepada stafnya sesuai dengan bidang pekerjaan masing-masing.
   6. Mengendalikan A/R toko agar tertagih tepat waktu.
   7. Mengendalikan dan memonitor realisasi biaya operasional toko.
   8. Bertanggung jawab mengontrol proses permohonan faktur STNK, pembuatan STNK dan BPKB serta distribusinya.
   9. Mengevaluasi prestasi kerja jajaran stafnya dan mengusulkan promosi, degradasi, dan mutasi karyawan.
   10. Memeriksa kas kecil, voucher dan dokumen pendukungnya setiap hari.
   11. Bertanggung jawab atas aktifitas yang dilakukan oleh cabang.
   12. Memeriksa laporan bulanan.
   13. Menjaga kerahasiaan data, kerapihan, dan keamanan penyimpanan dokumen-dokumen yang ada di bagiannya.

14. Mengawasi dan melaksanakan Standard Operation Procedures perusahaan
15. Melakukan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasannya sesuai dengan kedinasan.
16. Mencapai standar kualifikasi jabatannya.
17. Membina jajaran stafnya untuk mencapai standar kualifikasi jabatannya.

2. Jabatan: Sales Supervisor

   Atasan: Branch Manager

   Uraian Tugas Sales Supervisor:

   1. Mengontrol laporan kunjungan harian Salesman.
   2. Mengontrol dan menindaklanjuti buku tamu setiap hari.
   3. Melakukan briefing harian terhadap sales force.
   4. Mengontrol sales force dalam penyelesaian transaksi uang muka dan kelengkapan dokumen yang diperlukan.
   5. Mengevaluasi hasil kerja sales force setiap minggu.
   6. Melaksanakan training product knowledge dan sales skill.
   7. Mendiskusikan ide-ide atau kendala yang terjadi di lapangan setiap minggu dengan atasan maupun bawahannya.
   8. Bertanggung jawab terhadap pelaksanaan program marketing.
   9. Membuat rencana kerja marketing.

10. Memastikan bahwa PO asli dari leasing sudah diterima maximum 24 jam sejak aplikasi disetujui.
11. Mengontrol proses permohonan faktur STNK, pembuatan STNK dan BPKB.
12. Membuat pengajuan tertulis setiap rencana aktifitas toko untuk mendapatkan persetujuan atasannya.
13. Menyetujui transaksi penjualan dalam batasan wewenangnya.
14. Menjaga hubungan baik dengan semua relasi perusahaan.
15. Bertanggung jawab terhadap penanganan pertama atas keluhan konsumen.
16. Sanggup mengikuti training yang diadakan oleh pihak internal dan eksternal.
17. Menghadiri pertemuan KPP secara tertib dan berpartisipasi aktif dalam setiap pertemuan.
18. Menjaga kerahasiaan data, kerapihan, dan keamanan penyimpanan dokumen-dokumen
19. yang ada di bagiannya.
20. Melaksanakan Standard Operation Procedures perusahaan.
21. Melakukan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasannya sesuai dengan kedinasan.
22. Mencapai standar kualifikasi jabatannya.
23. Membina stafnya untuk mencapai standar kualifikasi jabatannya.

3. Jabatan: Kepala Gudang

   Atasan: Branch Manager

   Uraian Tugas Kepala Gudang:

   1. Mencapai target penjualan jasa service dan spare parts.
   2. Menjaga kualitas hasil kerja mekanik sesuai standar.
   3. Berpenampilan bersih dan rapi.
   4. Menindaklanjuti problem teknik yang timbul.
   5. Melayani dan melakukan cek awal dan akhir terhadap sepeda motor konsumen
   6. Sanggup mengikuti training yang diadakan oleh pihak internal dan eksternal.
   7. Menjaga hubungan baik dengan semua relasi perusahaan.
   8. Mengevaluasi hasil kerja bengkel setiap hari.
   9. Memeriksa order pembelian spare part yg dibuat oleh bag.gudang untuk disetujui oleh shop head
   10. Membuat laporan claim dan market information sesuai standar principal.
   11. Mencapai target claim ratio dan market information sesuai standar principal
   12. Bertanggung jawab untuk menjaga dan memelihara peralatan bengkel serta kebersihan lingkungan.

13. Bertanggung jawab atas kualitas PDI yang dilaksanakan oleh mekanik.
14. Mengevaluasi prestasi dan kondite jajaran stafnya.
15. Menghadiri pertemuan KPP secara tertib dan berpartisipasi aktif dalam setiap pertemuan.
16. Menjaga kerahasiaan data, kerapihan, dan keamanan penyimpanan dokumen-dokumen yang ada di bagiannya.
17. Melaksanakan Standard Operation Procedures perusahaan.
18. Melakukan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasannya sesuai dengan kedinasan.
19. Mencapai standar kualifikasi jabatannya.
20. Membina stafnya untuk mencapai standar kualifikasi jabatannya.

4. Jabatan: Service & Spareparts Counter

   Atasan: Branch Manager

   Uraian Tugas Service & Spareparts Counter:

   1. Menerima dan melayani dengan baik setiap tamu yang berkunjung.
   2. Berpenampilan bersih dan rapi.
   3. Menyiapkan SPK/SPB untuk setiap spd mtr sebelum dikerjakan oleh mekanik
   4. Membuat repair order.

5. Membuat laporan bulanan bengkel, minta persetujuan dari ka beng, menyampaikannya kepada shophead dan mengirimkannya setiap tanggal 1 bulan berikutnya ke Accounting.
6. Mengisi KSG dg lengkap dan membuat perhitungan tagihan ksg sesuai standar principal dan mengirimkan laporan tersebut paling lambat tgl 25 setiap bulannya (ke DDS dan accounting)
7. Membantu ka bengkel dalam hal administrasi warranty claim

   Menghadiri pertemuan KPP secara tertib dan berpartisipasi aktif dalam setiap pertemuan.
8. Menjaga kerahasiaan data, kerapihan, dan keamanan penyimpanan dokumen-dokumen yang ada di bagiannya.
9. Melaksanakan Standard Operation Procedures perusahaan.
10. Melakukan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasannya sesuai dengan kedinasan.
11. Mencapai standar kualifikasi jabatannya.
12. Menjaga hubungan baik dengan semua relasi perusahaan.

5. Jabatan: Gudang Spareparts

   Atasan: Branch Manager

   Uraian Tugas Gudang Spareparts:

   1. Menerima dan memeriksa barang sesuai dengan surat jalan baik kuantitas maupun kualitasnya.

2. Menjaga kebersihan lingkungan gudang spare parts
3. Mengeluarkan barang berdasarkan SPK/SPB dan menyimpan arsip spk copy
4. Mencatat penerimaan dan pengeluaran barang di program dan kartu stock (baik harga maupun kuantitasnya)
5. Membuat laporan bulanan spare parts, menyampaikannya kepada shophead dan mengirimkannya setiap tanggal 1 bulan berikutnya ke Accounting.
6. Membuat surat pesanan dg form standar POD dgn dibantu oleh ka bengkel dan disetujui oleh shop head
7. Melakukan stock opname setiap bln secara rutin
8. Menghadiri pertemuan KPP secara tertib dan berpartisipasi aktif dalam setiap pertemuan.
9. Menjaga kerahasiaan data, kerapihan, dan keamanan penyimpanan dokumen-dokumen yang ada di bagiannya.
10. Melaksanakan Standard Operation Procedures perusahaan.
11. Melakukan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasannya sesuai dengan kedinasan.
12. Mencapai standar kualifikasi jabatannya.
13. Menjaga hubungan baik dengan semua relasi perusahaan.

6. Jabatan: CCS

Atasan: Branch Manager

Uraian Tugas CCS:

1. Memberikan informasi kepada konsumen perihal program marketing, produk terbaru, STNK, BPKB, dll.
2. Mengelola database konsumen dalam rangka memelihara loyalitas konsumen dan menggali potensi repeat order.
3. Berkoordinasi dengan bagian yang terkait dalam menuntaskan keluhan konsumen.
4. Sanggup mengikuti training yang diadakan oleh pihak internal dan eksternal.
5. Menghadiri pertemuan KPP secara tertib dan berpartisipasi aktif dalam setiap pertemuan.
6. Menjaga kerahasiaan data, kerapihan, dan keamanan penyimpanan dokumen-dokumen yang ada di bagiannya.
7. Melaksanakan Standard Operation Procedures perusahaan.
8. Melakukan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasannya sesuai dengan kedinasan.
9. Mencapai standar kualifikasi jabatannya.
10. Menjaga hubungan baik dengan semua relasi perusahaan.

7. Jabatan: Mekanik

Atasan: Kepala Gudang

Uraian Tugas Mekanik:

1. Bertanggung jawab atas kualitas hasil kerjanya sesuai dengan standar mutu pelayanan.
2. Bertanggung jawab terhadap problem teknik yang timbul.
3. Mencapai target penjualan jasa service dan spare parts.
4. Sanggup mengikuti training yang diadakan oleh pihak internal dan eksternal.
5. Bertanggung jawab untuk menjaga dan memelihara peralatan bengkel.
6. Membersihkan dan menjaga kebersihan lingkungan bengkel.
7. Melaksanakan PDI motor baru.
8. Berpenampilan bersih dan rapi.
9. Menghadiri pertemuan KPP secara tertib dan berpartisipasi aktif dalam setiap pertemuan.
10. Menjaga kerahasiaan data, kerapihan, dan keamanan penyimpanan dokumen-dokumen yang ada di bagiannya.
11. Melaksanakan Standard Operation Procedures perusahaan.
12. Melakukan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasannya sesuai dengan kedinasan.
13. Mencapai standar kualifikasi jabatannya.
14. Menjaga hubungan baik dengan semua relasi perusahaan.

8. Jabatan: Sales Counter

   Atasan: Sales Supervisor

   Uraian Tugas Sales Counter:

   1. Menerima dan melayani dengan baik setiap tamu yang berkunjung.
   2. Mempresentasikan rencana dan hasil kerja kepada atasannya.
   3. Bertanggung jawab atas pengiriman motor ke konsumen termasuk perlengkapannya dan dokumen2nya.
   4. Membuat pengajuan faktur STNK max 24 jam setelah barang diterima oleh konsumen
   5. Bertugas sebagai operator telepon.
   6. Bertanggung jawab atas kebersihan dan kerapihan lingkungan toko serta display motor.
   7. Menerima motor dari gudang intern /pabrik, mengecek jumlah, kondisi dan perlengkapannya serta menandatangani tanda terimanya.
   8. Memperkenalkan konsumen kepada shop head dan ka bengkel pada saat penyerahan kendaraan.
   9. Membuat laporan penjualan untuk dikirim ke Accounting maksimal tanggal 1 bulan berikutnya.
   10. Sanggup mengikuti training yang diadakan oleh pihak internal dan eksternal.

11. Menghadiri pertemuan KPP secara tertib dan berpartisipasi aktif dalam setiap pertemuan.
12. Menjaga kerahasiaan data, kerapihan, dan keamanan penyimpanan dokumen-dokumen yang ada di bagiannya.
13. Melaksanakan Standard Operation Procedures perusahaan.
14. Melakukan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasannya sesuai dengan kedinasan.
15. Mencapai standar kualifikasi jabatannya.
16. Membina stafnya untuk mencapai standar kualifikasi jabatannya.
17. Menjaga hubungan baik dengan semua relasi perusahaan.

9. Jabatan: Salesman

   Atasan: Sales Supervisor

   Uraian Tugas Salesman:

   1. Mencari prospek konsumen di luar showroom.
   2. Membuat rencana kunjungan harian serta melaporkannya setiap hari.
   3. Membuat rencana kunjungan mingguan serta melaporkannya.
   4. Menyiapkan Surat Pesanan Konsumen dan data-data untuk leasing maupun STNK.
   5. Bertanggung jawab terhadap SPK yang diterimanya dan melaporkannya setiap hari.

6. Melakukan transaksi dengan konsumen langsung (direct sales).
7. Membuat esek-esek nomor rangka dan mesin motor yang akan dikirimkan ke konsumen.
8. Bertanggung jawab terhadap penyelesaian transaksi uang muka dan kelengkapan dokumen yang diperlukan.
9. Menyetorkan seluruh penerimaan uang pada hari yang sama ke kas perusahaan.
10. Sanggup mengikuti training yang diadakan oleh pihak internal dan eksternal.
11. Menghadiri pertemuan KPP secara tertib dan berpartisipasi aktif dalam setiap pertemuan.
12. Menjaga kerahasiaan data, kerapihan, dan keamanan penyimpanan dokumen-dokumen yang ada di bagiannya.
13. Melaksanakan Standard Operation Procedures perusahaan.
14. Melakukan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasannya sesuai dengan kedinasan.
15. Mencapai standar kualifikasi jabatannya.
16. Menjaga hubungan baik dengan semua relasi perusahaan.

10. Jabatan: Ekspedisis Toko

    Atasan: Sales Counter

Uraian Tugas Ekspedisi Toko:

1. Bertanggung jawab atas kendaraan dan kelengkapan surat-suratnya.
2. Mengantarkan motor beserta perlengkapannya sampai ke tujuan sesuai dengan yang tercantum pada Surat Jalan.
3. Bertanggung jawab atas keutuhan dan kelengkapan barang bawaan/titipan baik dari toko maupun dari konsumen.
4. Memberikan penjelasan kepada konsumen atas kendaraan yang dikirimkan.
5. Membawa kembali Surat Jalan (asli) yang sudah ditandatangani oleh konsumen berikut nama jelas penerima.
6. Dilarang memberikan tumpangan kepada orang yang bukan karyawan JG Motor Group.
7. Menghadiri pertemuan KPP secara tertib dan berpartisipasi aktif dalam setiap pertemuan.
8. Menjaga kerahasiaan data, kerapihan, dan keamanan penyimpanan dokumen-dokumen yang ada di bagiannya.
9. Melaksanakan Standard Operation Procedures perusahaan.
10. Melakukan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasannya sesuai dengan kedinasan.
11. Mencapai standar kualifikasi jabatannya.
12. Menjaga hubungan baik dengan semua relasi perusahaan.

### 4.1.4 Aspek Perusahaan

Kegiatan yang dilakukan oleh PT JG Motor Cibeureum bergerak di bidang penjualan retail kendaraan otomotif, khususnya motor dengan merk YAMAHA. Secara operasional menjalankan bisnis retail otomotif YAMAHA pada bulan September 2001 dengan menggunakan nama JG Motor Group. JG dengan status dealer 1S, dimana hanya melayani penjualan unit saja tanpa bengkel dan spareparts. Seiring berjalannya waktu, JG Cibeureum berkembang dari status 1S, berkembang menjadi 3S (Sales, Service & Spareparts) yang tersebar di wilayah DKI dan Jawa Barat.

Motto JG Motor yang terkenal adalah "JG Jagonya Yamaha, Yamaha Jagonya Motor", merupakan cerminan langsung dari visi perusahaan untuk membawa JG Motor Group menjadi yang terkemuka dalam bisnis retail otomotif khususnya motor merk YAMAHA. Sampai saat ini JG Cibeureum terus berusaha mengembangkan pelayanan untuk penjualan dan servis sepeda motor YAMAHA. Baik dalam hal penjualan, maupun dalam hal layanan purna jual. Guna memberikan layanan yang terbaik bagi konsumennya, dari waktu ke waktu.

## 4.2 Pembahasan Penelitian

### 4.2.1 Profil Responden

**Tabel 4.1**
**Jenis Kelamin**

| Jenis Kelamin | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Pria | 34 | 65,4 |
| Wanita | 18 | 34,6 |
| **Total** | **52** | **100** |

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden adalah pria sebanyak 34 orang atau 65,4%. Dan yang paling sedikit adalah wanita sebanyak 18 orang atau 34,6%. Motor Yamaha Jupiter MX khusus dikeluarkan memang untuk pria. Oleh sebab itu hasil responden untuk pertanyaan pertama mayoritas adalah pria

**Tabel 4.2**
**Usia**

| Usia | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| 17 - 20 tahun | 9 | 17,3 |
| 20 - 25 tahun | 21 | 40,4 |
| 25 - 30 tahun | 13 | 25,0 |
| 30 -35 tahun | 6 | 11,5 |
| > 35 tahun | 3 | 5,8 |
| **Total** | **52** | **100** |

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden berusia 20 - 25 tahun sebanyak 21 orang atau 40,4%. Dan yang paling sedikit berusia > 35 tahun sebanyak 3 orang atau 5,8%. Dari hasil kuesioner ternyata untuk umur 20 – 25 lebih dominan, karena para responden menyatakan usia mereka umur 20 – 25.

**Tabel 4.3**
**Pekerjaan**

| Pekerjaan | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Pegawai Negeri | 7 | 13,5 |
| Pegawai Swasta | 10 | 19,2 |
| Wiraswasta | 14 | 26,9 |
| Polisi / TNI | 4 | 7,7 |
| Pensiun / Purnawirawan | 0 | 0,0 |
| Pelajar / Mahasiswa | 17 | 32,7 |
| Lainnya | 0 | 0,0 |
| **Total** | **52** | **100** |

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden bekerja sebagai pelajar / mahasiswa sebanyak 17 orang atau 32,7%. Dan yang paling sedikit bekerja sebagai Polisi / TNI sebanyak 4 orang atau 7,7%. Hal tersebut diakibatkan karena Motor Yamaha Jupiter MX memang banyak diminati oleh kalangan pelajar / mahasiswa.

**Tabel 4.4**
**Status Perkawinan**

| Status | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Menikah | 23 | 44,2 |
| Belum Menikah | 29 | 55,8 |
| Janda / Duda | 0 | 0,0 |
| **Total** | **52** | **100** |

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden berstatus belum menikah sebanyak 29 orang atau 55,8%. Dan yang paling sedikit berstatus menikah sebanyak 23 orang atau 44,2%. Hal tersebut diakibatkan, karena pengguna Motor Yamaha Jupiter MX di JG Cibeureum didominan oleh kalangan pelajar / mahasiswa yang belum menikah.

**Tabel 4.5**
**Pendapatan Sebulan**

| Pendapatan dalam sebulan | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| < Rp 500.000 | 8 | 15,4 |
| Rp 500.000 - Rp 1.000.000 | 10 | 19,2 |
| Rp 1.000.000 - Rp 1.500.000 | 22 | 42,3 |
| Rp. 1.500.000 – Rp 2.000.000 | 7 | 13,5 |
| > Rp 2.000.000 | 5 | 9,6 |
| **Total** | **52** | **100** |

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden memiliki pendapatan dalam sebulan sebesar Rp 1.000.000 - Rp 1.500.000 sebanyak 22 orang atau 42,3%. Dan yang paling sedikit memiliki pendapatan dalam sebulan sebesar > Rp 2.000.000 sebanyak 5 orang atau 9,6%. Dari data di atas dapat dilihat bahwa responden JG Cibeureum yang mengisi kuesioner ini kebanyakan pendapatan per bulannya sebesar Rp 1.000.000 - Rp 1.500.000.

**Tabel 4.6**
**Pengeluaran dalam sebulan**

| Pengeluaran dalam sebulan | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| < Rp 500.000 | 15 | 28,8 |
| Rp 500.000 - Rp 1.000.000 | 21 | 40,4 |
| Rp 1.000.000 - Rp 1.500.000 | 14 | 26,9 |
| Rp. 1.500.000 – Rp 2.000.000 | 2 | 3,8 |
| > Rp 2.000.000 | 0 | 0,0 |
| **Total** | **52** | **100** |

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden memiliki pengeluaran dalam sebulan sebesar Rp 500.000 - Rp 1.000.000 sebanyak 21 orang atau 40,4%. Dan yang paling sedikit memiliki pengeluaran dalam sebulan sebesar Rp. 1.500.000 – Rp 2.000.000 sebanyak 2 orang atau 3,8%. Dari data di atas dapat dilihat bahwa

responden JG Cibeureum yang mengisi kuesioner ini kebanyakan pengeluaran per bulannya sebesar Rp 500.000 - Rp 1.000.000.

**Tabel 4.7**
**Darimana Anda mendapatkan iklan tentang Motor Yamaha Jupiter MX**

| Darimana Anda mendapatkan iklan tentang Motor Yamaha Jupiter MX | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Surat kabar | 3 | 5,8 |
| Majalah | 9 | 17,3 |
| Radio | 13 | 25,0 |
| Televisi | 22 | 42,3 |
| Billboard | 5 | 9,6 |
| **Total** | **52** | **100** |

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden mengetahui dari televisi sebanyak 22 orang atau 42,3%. Dan yang paling sedikit mengetahui dari surat kabar sebanyak 3 orang atau 5,8%. Dari data di atas dapat dilihat bahwa responden JG Cibeureum lebih sering melihat iklan Motor Yamaha Jupiter MX melalui televisi. Hal ini dikarenakan, televisi merupakan media yang paling efektif untuk mengiklankan suatu produk. Selain itu, televisi memiliki keunggulan yang tidak dimilki oleh media lain yaitu lewat *audio visual.*

**Tabel 4.8**
**Dalam membeli Motor Yamaha Jupiter MX, darimana anda mendapatkan informasinya**

| Dalam membeli Motor Yamaha Jupiter MX, darimana anda mendapatkan informasinya | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Teman | 22 | 42,3 |
| Saudara | 17 | 32,7 |
| Dealer Yamaha | 13 | 25,0 |
| Lainnya | 0 | 0,0 |
| **Total** | **52** | **100** |

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden mengetahui dari teman sebanyak 22 orang atau 42,3%. Dan yang paling sedikit mengetahui dari dealer yamaha sebanyak 13 orang atau 25,0%. Dari data di atas dapat dilihat bahwa responden JG Cibeureum membeli Motor Yamaha Jupiter MX karena pengaruh teman.

### 4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Iklan Melalui Media Televisi (X)

**Tabel 4.9**
**Isi Pesan**
**Isi pesan Motor Yamaha Jupiter MX di media televisi menarik**

| Kategori | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Sangat Setuju | 8 | 15,4 |
| Setuju | 27 | 51,9 |
| Cukup Setuju | 11 | 21,2 |
| Tidak Setuju | 6 | 11,5 |
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Total** | **52** | **100** |

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 27 orang atau 51,9%. Dan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju sebanyak 6 orang atau 11,5%. Dari data di atas dapat dilihat bahwa responden JG Cibeureum untuk kemenarikan isi pesan tidak ada seorangpun yang menyatakan, tayangan iklan Motor Yamaha Jupiter MX di media televisi  sangat tidak setuju. Untuk menampilkan periklanan yang mampu membujuk, mampu membangkitkan dan mempertahankan ingatan konsumen akan produk yang ditawarkan maka diperlukan suatu penyampaian pesan atau komunikator yang sangat baik. Dalam merancang bentuk pesan dari sebuah penayangan iklan ada 4 hal yang harus diperhatikan, salah satu diantaranya adalah isi pesan (apa yang akan dikatakan). Isi pesan itu pada dasarnya imbauan, tema dan idea tau USP (*unique selling proposition),* yang artinya usulan penjualan yang baik (**Djaslim Saladin 2006: 177)**.

**Tabel 4.10**
**Anda memperhatikan iklan Motor Yamaha Jupiter MX di Media Televisi dari awal sampai berakhirnya penayangan iklan tersebut**

| Kategori | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Sangat Setuju | 9 | 17,3 |
| Setuju | 24 | 46,2 |
| Cukup Setuju | 19 | 36,5 |
| Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Total** | **52** | **100** |

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 24 orang atau 46,2%. Dan yang paling sedikit menyatakan sangat setuju sebanyak 9

orang atau 17,3%. Dari data di atas dapat dilihat bahwa tidak ada seorangpun yang berpendapat, jika kebetulan mereka melihat iklan Motor Yamaha Jupiter MX di media televisi yang tidak setuju dan sangat tidak setuju. Menurut **Djaslim Saladin (2006: 177)**, dalam merancang bentuk pesan dari sebuah penayangan iklan salah satu hal yang harus diperhatikan adalah isi pesan.

Bagaimana perusahaan dapat merancang isi pesan, agar audience dapat memperhatikan isi pesan yang disampaikan oleh iklan tersebut. Dimana, audience memperhatikan iklan Motor Yamaha Jupiter MX di Media Televisi dari awal sampai berakhirnya penayangan iklan.

Dalam hal ini, responden setuju dengan memperhatikan iklan Motor Yamaha Jupiter MX di media televisi. Alasannya adalah, karena sumber yang menyampaikan Motor Yamaha Jupiter MX di televisi adalah pembalap Internasional "Valentino Rossy"

Untuk mengetahui bagaimana gambaran indikator Isi Pesan, maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini

**Tabel 4.11**
**Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Isi Pesan**

| Item Pertanyaan | Alternatif Jawaban dan Frekuensinya | | | | | Skor Total | Persentase Skor Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | | |
| 1 | 8 | 27 | 11 | 6 | 0 | 193 | 74.23 |
| 2 | 9 | 24 | 19 | 0 | 0 | 198 | 76.15 |
| **Rata-rata Skor Total** | | | | | | **391** | **75.19** |

Tabel diatas menunjukan jumlah skor total dari dua pernyataan mengenai indikator Isi Pesan yaitu sebesar 75,19%. Skor total paling tinggi adalah sebesar 76,15% yakni mengenai Anda memperhatikan iklan Motor Yamaha Jupiter MX di Media Televisi dari awal sampai berakhirnya penayangan iklan tersebut dan skor total terendah yakni mengenai Isi pesan Motor Yamaha Jupiter MX di media televisi menarik sebesar 74,23%. Skor yang paling tinggi yaitu 76,15%, disebabkan karena di dalam iklan Motor Yamaha Jupiter MX menampilkan comedian terkenal yaitu Komeng dan juga menampilkan pembalap terkenal asal Italy yaitu Rossy.

**Tabel 4.12**
**Struktur Pesan**
**Kata-kata yang disampaikan dalam iklan Motor Yamaha Jupiter MX melalui media televisi menurut Anda sangat jelas**

| Kategori | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Sangat Setuju | 6 | 11,5 |
| Setuju | 30 | 57,7 |
| Cukup Setuju | 14 | 26,9 |
| Tidak Setuju | 2 | 3,8 |
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Total** | **52** | **100** |

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 30 orang atau 57,7%. Dan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang atau 3,8%. Dari data di atas dapat dilihat bahwa tidak ada seorangpun yang menyatakan sangat tidak setuju untuk pertanyaan tingkat kejelasan dalam menyampaian kata – kata dalam iklan Motor Yamaha Jupiter MX.

Menurut **Djaslim Saladin (2006: 177)**, dalam struktur pesan , efektifitas pesan amat tergantung pada struktur pesan dan isinya, bagaimana dalam penyimpulannya, argumentasinya dan penyajiannya. Dalam hal ini, responden menyatakan mereka setuju dengan kata-kata yang disampaikan dalam iklan Motor Yamaha Jupiter MX melalui media televisi tersebut jalas.

**Tabel 4.13**
**Kata-kata dalam iklan Motor Yamaha Jupiter MX di Media Televisi sesuai dengan produk yamg ditawarkan**

| Kategori | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Sangat Setuju | 15 | 28,8 |
| Setuju | 28 | 53,8 |
| Cukup Setuju | 8 | 15,4 |
| Tidak Setuju | 1 | 1,9 |
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Total** | **52** | **100** |

Menurut **Djaslim Saladin (2006: 177)**, dalam struktur pesan , efektifitas pesan amat tergantung pada struktur pesan dan isinya, bagaimana dalam penyimpulannya, argumentasinya dan penyajiannya.

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 28 orang atau 53,8%. Dan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,9%. Dari data di atas dapat dilihat bahwa tidak ada seorangpun yang menyatakan sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini, responden meyatakan mereka setuju untuk kata- kata dalam Iklan Motor Yamaha Jupiter MX di media televisi.

Dalam hal ini responden setuju dengan kata- kata yang disampaikan sesuai dengan produknya.

Untuk mengetahui bagaimana gambaran indikator Struktur Pesan, maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini

**Tabel 4.14**
**Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Struktur Pesan**

| Item Pertanyaan | Alternatif Jawaban dan Frekuensinya | | | | | Skor Total | Persentase Skor Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | | |
| 3 | 6 | 30 | 14 | 2 | 0 | 196 | 75.38 |
| 4 | 15 | 28 | 8 | 1 | 0 | 213 | 81.92 |
| **Rata-rata Skor Total** | | | | | | **409** | **78.65** |

Tabel diatas menunjukan jumlah skor total dari dua pernyataan mengenai indikator Struktur Pesan yaitu sebesar 78,65%. Skor total paling tinggi adalah sebesar 81,92% yakni mengenai Kata-kata dalam iklan Motor Yamaha Jupiter MX di Media Televisi sesuai dengan produk yang ditawarkan dan skor total terendah yakni mengenai Kata-kata yang disampaikan dalam iklan Motor Yamaha Jupiter MX melalui media televisi menurut Anda sangat jelas sebesar 75,38%. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju dengan kata-kata dalam iklan Motor Yamaha Jupiter MX di media Televisi sesuia dengan produk yang ditawarkan.

**Tabel 4.15**
**Format Pesan**
**Suara, pengucapan kata-kata yang disampaikan dalam iklan Motor Yamaha Jupiter MX di Media Televisi, menurut Anda baik dan jelas**

| Kategori | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Sangat Setuju | 12 | 23,1 |
| Setuju | 14 | 26,9 |
| Cukup Setuju | 24 | 46,2 |
| Tidak Setuju | 2 | 3,8 |
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Total** | **52** | **100** |

Bagaimana perusahaan dalam memperkenalkan produknya dapat di terima oleh masyrakat, perusahaan yang mempromosikan produknya melalui media televisi harus bisa mempengaruhi sikap audience untuk membeli produk tersebut.

**Djaslim Saladin (2006: 177)**, megemukakan bahwa didalam format pesan menyangkut pokok berita, kalimat- kalimat, ilustrasi dan warna. Komunikator harus mampu mengkombinasikan secara kontras agar benar- benar menarik bagi yang membaca dan melihatnya.

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden menyatakan ragu-ragu sebanyak 24 orang atau 46,2%. Dan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang atau 3,8%. Dari data di atas dapat dilihat bahwa tidak ada seorangpun yang menyatakan sangat tidak setuju. Karena responden meyatakan suara, pengucapan kata-kata yang disampaikan dalam iklan Motor Yamaha Jupiter MX di Media Televisi, menurut responden cukup baik dan cukup jelas.

**Tabel 4.16**
**Isi pesan yang disampaikan iklan motor Yamaha Jupiter MX dapat mempengaruhi minat anda untuk membeli motor Yamaha Jupiter MX**

| Kategori | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Sangat Setuju | 8 | 15,4 |
| Setuju | 17 | 32,7 |
| Cukup Setuju | 26 | 50,0 |
| Tidak Setuju | 1 | 1,9 |
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Total** | **52** | **100** |

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden menyatakan ragu-ragu sebanyak 26 orang atau 50,0%. Dan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,9%. Dari data di atas dapat dilihat bahwa tidak ada seorangpun yang menyatakan sangat tidak setuju.

**Djaslim Saladin (2006: 177)**, megemukakan bahwa didalam format pesan menyangkut pokok berita, kalimat- kalimat, ilustrasi dan warna. Komunikator harus mampu mengkombinasikan secara kontras agar benar- benar menarik bagi yang membaca dan melihatnya.Untuk, isi pesan yang disampaikan iklan motor Yamaha Jupiter MX menurut responden dapat mempengaruhi minat responden untuk membeli motor Yamaha Jupiter MX

**Tabel 4.17**
**Slogan Motor Yamaha Jupiter MX di Media Televisi mudah diingat oleh Anda**

| Kategori | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Sangat Setuju | 17 | 32,7 |
| Setuju | 24 | 46,2 |
| Cukup Setuju | 11 | 21,2 |
| Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Total** | **52** | **100** |

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 24 orang atau 46,2%. Dan yang paling sedikit menyatakan ragu-ragu sebanyak 11 orang atau 21,2%. Dari data di atas dapat dilihat bahwa tidak ada seorangpun yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

**Djaslim Saladin (2006: 177)**, megemukakan bahwa didalam format pesan menyangkut pokok berita, kalimat- kalimat, ilustrasi dan warna. Komunikator harus mampu mengkombinasikan secara kontras agar benar- benar menarik bagi yang membaca dan melihatnya. Dalam hal ini, responden menyatakan mereka setuju dengan Slogan Motor Yamaha Jupiter MX di Media Televisi mudah diingat oleh responden.

Untuk mengetahui bagaimana gambaran indikator Format Pesan, maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini

**Tabel 4.18**
**Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Format Pesan**

| Item Pertanyaan | Alternatif Jawaban dan Frekuensinya | | | | | Skor Total | Persentase Skor Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | | |
| 5 | 12 | 14 | 24 | 2 | 0 | 192 | 73.85 |
| 6 | 8 | 17 | 26 | 1 | 0 | 188 | 72.31 |
| 7 | 17 | 24 | 11 | 0 | 0 | 214 | 82.31 |
| **Rata-rata Skor Total** | | | | | | **594** | **76.15** |

Tabel diatas menunjukan jumlah skor total dari dua pernyataan mengenai indikator Format Pesan yaitu sebesar 76,15%. Skor total paling tinggi adalah sebesar 82,31% yakni mengenai Slogan Motor Yamaha Jupiter MX di Media Televisi mudah diingat oleh Anda dan skor total terendah yakni mengenai Isi pesan yang disampaikan iklan motor Yamaha Jupiter MX dapat mempengaruhi minat anda untuk membeli motor Yamaha Jupiter MX sebesar 72,31%. Dalam format pesan ini, responden menyatakan bahwa responden setuju bahwa slogan Motor Yamaha Jupiter MX mudah diingat oleh responden.

**Tabel 4.19**
**Sumber Pesan**
**Anda merasa yakin terhadap orang yang menyampaikan pesan iklan Motor Yamaha Jupiter MX**

| Kategori | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Sangat Setuju | 8 | 15,4 |
| Setuju | 19 | 36,5 |
| Cukup Setuju | 25 | 48,1 |
| Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Total** | **52** | **100** |

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden menyatakan ragu-ragu sebanyak 25 orang atau 48,1%. Dan yang paling sedikit menyatakan sangat setuju sebanyak 8 orang atau 15,4%. Dari data di atas dapat dilihat bahwa tidak ada seorangpun yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

**Djaslim Saladin (2006: 177)**, megemukakan bahwa sumber pesan adalah pesan- pesan yang akan disampaikan lebih persuasive sifatnya dan dapat dipercaya. Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kredibilitas pesan, yaitu; keahlian, terpercya, dan disukai. Dalam hal ini, responden menyatakan cukup setuju terhadap orang yang menyampaikan pesan iklan Motor Yamaha Jupiter MX.

**Tabel 4.20**
**Anda meyetujui bahwa orang yang menyampaikan pesan iklan Motor Yamaha Jupiter MX di televisi layak**

| Kategori | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Sangat Setuju | 33 | 63,5 |
| Setuju | 14 | 26,9 |
| Cukup Setuju | 4 | 7,7 |
| Tidak Setuju | 1 | 1,9 |
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Total** | **52** | **100** |

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 33 orang atau 63,5%. Dan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,9%. Dari data di atas dapat dilihat bahwa tidak ada seorangpun yang menyatakan sangat tidak setuju, karena mereka menyatakan bahwa

orang yang menyampaikan pesan iklan Motor Yamaha Jupiter MX di televisi sangat setuju dengan kata lain sangat layak.

**Djaslim Saladin (2006: 177)**, megemukakan bahwa sumber pesan adalah pesan- pesan yang akan disampaikan lebih persuasive sifatnya dan dapat dipercaya. Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kredibilitas pesan, yaitu; keahlian, terpercya, dan disukai. Dalam hal ini, responden meyatakan, mereka meyetujui bahwa orang yang menyampaikan pesan iklan Motor Yamaha Jupiter MX di televisi layak.

**Tabel 4.21**
**Anda menyukai terhadap orang yang menyampaikan pesan iklan Motor Yamaha Jupiter MX di media televisi**

| Kategori | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Sangat Setuju | 23 | 44,2 |
| Setuju | 21 | 40,4 |
| Cukup Setuju | 8 | 15,4 |
| Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Total** | **52** | **100** |

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 23 orang atau 44,2%. Dan yang paling sedikit menyatakan ragu-ragu sebanyak 8 orang atau 15,4%. Dari data di atas dapat dilihat bahwa tidak ada seorangpun yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju, karena mereka menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan kata lain sangat menyukai orang yang menyampaikan pesan iklan Motor Yamaha Jupiter MX.

**Djaslim Saladin (2006: 177)**, megemukakan bahwa sumber pesan adalah pesan-pesan yang akan disampaikan lebih persuasive sifatnya dan dapat dipercaya. Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kredibilitas pesan, yaitu; keahlian, terpercya, dan disukai. Dalam hal ini responden menyatakan, mereka menyukai terhadap orang yang menyampaikan pesan iklan Motor Yamaha Jupiter MX di media televisi. Alasannya adalah, karena orang yang menyampaikan iklan tersebut adalah pembalap Internasional "Valentino Rossy".

Untuk mengetahui bagaimana gambaran indikator Sumber Pesan, maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini

**Tabel 4.22**
**Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Sumber Pesan**

| Item Pertanyaan | Alternatif Jawaban dan Frekuensinya | | | | | Skor Total | Persentase Skor Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | | |
| 8 | 8 | 19 | 25 | 0 | 0 | 191 | 73.46 |
| 9 | 33 | 14 | 4 | 1 | 0 | 235 | 90.38 |
| 10 | 23 | 21 | 8 | 0 | 0 | 223 | 85.77 |
| **Rata-rata Skor Total** | | | | | | **649** | **83.21** |

Tabel diatas menunjukan jumlah skor total dari dua pernyataan mengenai indikator Sumber Pesan yaitu sebesar 83,21%. Skor total paling tinggi adalah sebesar 90,38% yakni mengenai Anda meyetujui bahwa orang yang menyampaikan pesan iklan Motor Yamaha Jupiter MX di televisi layak dan skor total terendah yakni mengenai Anda merasa yakin terhadap orang yang menyampaikan pesan iklan Motor Yamaha Jupiter MX sebesar 73,46%. Dalm hal ini, responden menyatakan bahwa

responden setuju bahwa orang yang menyampaikan pesan iklan Motor Yamaha Jupiter MX di televisi layak. Hal ini disebabkan, bahwa sumber yang menyampaikan pesan adalah pembalap Internasional "Valentino Rossy".

### 4.2.3 Hasil *Scoring* Kuesioner Iklan Melalui Media Televisi

Untuk mengetahui gambaran umum penilaian mengenai Iklan Melalui Media Televisi, maka dilakukan pengkategorian dengan cara menentukan nilai indeks minimum, nilai indeks maksimum dan jenjang yang diinginkan. Perhitungan tersebut dapat dilihat pada penjabaran sebagai berikut:

Skor Minimum $= \frac{Skor\ Minimum}{Skor\ Maksimum} \times 100\%$

$= \frac{1}{5} \times 100\%$

$= 20\%$

Skor Maksimum $= \frac{Skor\ Maksimum}{Skor\ Maksimum} \times 100\%$

$= \frac{5}{5} \times 100\%$

$= 100\%$

Interval dalam persen = Nilai Indeks Maksimum – Nilai Indeks Minimum

$= 100\% - 20\%$

$= 80\%$

Jarak Interval = Interval : Jenjang ( 5 )

= 80% : 5

= 16%

**Tabel 4.23**
**Nilai Persentase Skor Total Megenai Iklan Melalui Media Televisi**

| No | Indikator | Skor Total | Persentase skor |
|---|---|---|---|
| 1 | Isi Pesan | 391 | 75.19 |
| 2 | Struktur Pesan | 409 | 78.65 |
| 3 | Format Pesan | 594 | 76.15 |
| 4 | Sumber Pesan | 649 | 83.21 |
| **Rata-rata Skor Total** | | **2043** | **78.30** |

Berdasarkan tabulasi data mengenai Iklan Melalui Media Televisi diatas, diperoleh nilai rata-rata tanggapan responden atas kuesioner Iklan Melalui Media Televisi (Kuesioner Variabel X) adalah sebesar 78,30%. Hasil persentase analisis deskriptif tentang pernyataan Iklan Melalui Media Televisi termasuk ke dalam kategori baik. Hal ini dikarena nilai persentase sebesar 78,30% berada diantara 68% - 84% yang termasuk dalam kategori baik. Sumber pesan adalah skor yang paling tinggi yaitu sebesar 83.21%. Hal ini disebabkan karena yang menyampaikan sumber pesan adalah pembalap Internasional yang berasal dari Italy yaitu “Valentino Rossy”.

### 4.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Sikap Konsumen (Y)

**Tabel 4.24**
**Anda menyadari setelah melihat iklan motor Yamaha Jupiter MX di media televisi anda memerlukan motor Yamaha Jupiter MX**

| Kategori | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Sangat Setuju | 2 | 3,8 |
| Setuju | 6 | 11,5 |
| Cukup Setuju | 33 | 63,5 |
| Tidak Setuju | 11 | 21,2 |
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Total** | **52** | **100** |

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden menyatakan ragu-ragu sebanyak 33 orang atau 63,5%. Dan yang paling sedikit menyatakan sangat setuju sebanyak 2 orang atau 3,8%. Dari data di atas dapat dilihat bahwa tidak ada seorangpun yang menyatakan sangat tidak setuju.

Menurut **Sutisna (2002: 100)**, menyatakan bahwa sikap memiliki tiga komponen, salah satunya komponen kognitif. Dimana komponen kognitif itu adalah kepercayaan terhadap merek. Dalam hal ini responden meyatakan cukup setuju. Responden menyadari setelah melihat iklan motor Yamaha Jupiter MX di media televisi responden cukup memerlukan motor Yamaha Jupiter MX

**Tabel 4.25**
**Anda mengetahui tentang produk Motor Yamaha Jupiter MX setelah melihat iklan Motor Yamaha Jupiter MXdi media televisi**

| Kategori | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Sangat Setuju | 7 | 13,5 |
| Setuju | 25 | 48,1 |
| Cukup Setuju | 20 | 38,5 |
| Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Total** | **52** | **100** |

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 25 orang atau 48,1%. Dan yang paling sedikit menyatakan sangat setuju sebanyak 7 orang atau 13,5%. Dari data di atas dapat dilihat bahwa tidak ada seorangpun yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menurut **Sutisna (2002: 100)**, menyatakan bahwa sikap memiliki tiga komponen, salah satunya komponen kognitif. Dimana komponen kognitif itu adalah kepercayaan terhadap merek. Dalam hal ini responden meyatakan cukup setuju, bahwa responden mengetahui tentang produk Motor Yamaha Jupiter MX setelah melihat iklan Motor Yamaha Jupiter MX di media televisi.

Untuk mengetahui bagaimana gambaran indikator Kognitif, maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini

**Tabel 4.26**
**Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kognitif**

| Item Pertanyaan | Alternatif Jawaban dan Frekuensinya | | | | | Skor Total | Persentase Skor Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | | |
| 11 | 2 | 6 | 33 | 11 | 0 | 155 | 59.62 |
| 12 | 7 | 25 | 20 | 0 | 0 | 195 | 75.00 |
| **Jumlah Skor Total** | | | | | | **350** | **67.31** |

Tabel diatas menunjukan jumlah skor total dari dua pernyataan mengenai indikator Kognitif yaitu sebesar 67,31%. Skor total paling tinggi adalah sebesar 75,00% yakni mengenai Anda mengetahui tentang produk Motor Yamaha Jupiter MX setelah melihat iklan Motor Yamaha Jupiter MX di media televisi dan skor total terendah yakni mengenai Anda menyadari setelah melihat iklan motor Yamaha Jupiter MX di media televisi anda memerlukan motor Yamaha Jupiter MX sebesar 59,62%. Hal ini disebabkan bahwa responden setuju bahwa responden mengetahui produk Motor Yamaha Jupiter MX setelah melihat iklan di media televisi.

**Tabel 4.27**
**Anda tertarik terhadap keberadaan produk motor Yamaha Jupiter MX setelah melihat iklan di media televisi**

| Kategori | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Sangat Setuju | 4 | 7,7 |
| Setuju | 12 | 23,1 |
| Cukup Setuju | 33 | 63,5 |
| Tidak Setuju | 3 | 5,8 |
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Total** | **52** | **100** |

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden menyatakan ragu-ragu sebanyak 33 orang atau 63,5%. Dan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju sebanyak 3 orang atau 5,8%. Dari data di atas dapat dilihat bahwa tidak ada seorangpun yang menyatakan sangat tidak setuju.

Menurut **Sutisna (2002: 100)**, menyatakan bahwa sikap memiliki tiga komponen, salah satunya komponen afektif. Dimana komponen afektif itu adalah evaluasi merek atau perasaan terhadap merek. Dalam hal ini responden meyatakan cukup setuju bahwa responden tertarik terhadap keberadaan produk motor Yamaha Jupiter MX setelah melihat iklan di media televisi.

**Tabel 4.28**
**Anda menyukai motor Yamaha Jupiter MX setelah melihat iklan di Media Televisi**

| Kategori | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Sangat Setuju | 5 | 9,6 |
| Setuju | 34 | 65,4 |
| Cukup Setuju | 10 | 19,2 |
| Tidak Setuju | 3 | 5,8 |
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Total** | **52** | **100** |

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 34 orang atau 65,42%. Dan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju sebanyak 3 orang atau 5,8%. Dari data di atas dapat dilihat bahwa tidak ada seorangpun yang menyatakan sangat tidak setuju.

Menurut **Sutisna (2002: 100)**, menyatakan bahwa sikap memiliki tiga komponen, salah satunya komponen afektif. Dimana komponen afektif itu adalah evaluasi merek atau perasaan terhadap merek. Dalam hal ini responden meyatakan setuju bahwa responden menyukai motor Yamaha Jupiter MX setelah melihat iklan di Media Televisi.

**Tabel 4.2**
**Anda bersedia untuk mencoba produk motor Yamaha Jupiter MX setelah melihat iklan di media televisi**

| Kategori | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Sangat Setuju | 9 | 17,3 |
| Setuju | 12 | 23,1 |
| Cukup Setuju | 22 | 42,3 |
| Tidak Setuju | 9 | 17,3 |
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Total** | **52** | **100** |

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden menyatakan ragu-ragu sebanyak 22 orang atau 42,3%. Dan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju & sangat setuju sebanyak 9 orang atau 17,3%. Dari data di atas dapat dilihat bahwa tidak ada seorangpun yang menyatakan sangat tidak setuju.

Menurut **Sutisna (2002: 100)**, menyatakan bahwa sikap memiliki tiga komponen, salah satunya komponen afektif. Dimana komponen afektif itu adalah evaluasi merek atau perasaan terhadap merek. Dalam hal ini responden menyatakn

cukup setuju bahwa mereka bersedia untuk mencoba produk motor Yamaha Jupiter MX setelah melihat iklan di media televisi.

Untuk mengetahui bagaimana gambaran indikator Afektif, maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini

**Tabel 4.30**
**Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Afektif**

| Item Pertanyaan | Alternatif Jawaban dan Frekuensinya | | | | | Skor Total | Persentase Skor Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | | |
| 13 | 4 | 12 | 33 | 3 | 0 | 173 | 66.54 |
| 14 | 5 | 34 | 10 | 3 | 0 | 197 | 75.77 |
| 15 | 9 | 12 | 22 | 9 | 0 | 177 | 68.08 |
| **Rata-rata Skor Total** | | | | | | **547** | **70.13** |

Tabel diatas menunjukan jumlah skor total dari tiga pernyataan mengenai indikator Afektif yaitu sebesar 70,13%. Skor total paling tinggi adalah sebesar 75,77% yakni mengenai Anda menyukai motor Yamaha Jupiter MX setelah melihat iklan di Media Televisi dan skor total terendah yakni mengenai Anda tertarik terhadap keberadaan produk motor Yamaha Jupiter MX setelah melihat iklan di media televisi sebesar 66,54%. Responden menyatakan bahwa mereka menyukai motor Yamaha Jupiter MX setelah melihat iklan di media Televisi. Responden menyatakan mereka menyukai motor Yamaha Jupiter MX di media televisi, karena ada sumber pesan yang membuat mereka bisa menyukai motor Yamaha Jupiter di media televisi. Dimana sumber pesan yang dimaksud adalah pembalap Internasional yaitu “Valentino Rossy”.

**Tabel 4.31**
**Anda bersedia untuk memakai produk motor Yamaha Jupiter MX setelah melihat iklan di media televisi**

| Kategori | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Sangat Setuju | 10 | 19,2 |
| Setuju | 11 | 21,2 |
| Cukup Setuju | 31 | 59,6 |
| Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Total** | **52** | **100** |

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden menyatakan ragu-ragu sebanyak 31 orang atau 59,6%. Dan yang paling sedikit menyatakan sangat setuju sebanyak 10 orang atau 19,2%. Dari data di atas dapat dilihat bahwa tidak ada seorangpun yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menurut **Sutisna (2002: 100)**, menyatakan bahwa sikap memiliki tiga komponen, salah satunya komponen konatif. Dimana komponen konatif itu adalah maksud atau tindakan untuk membeli produk. Responden menyatakan cukup setuju, bahwa responden bersedia untuk memakai produk motor Yamaha Jupiter MX setelah melihat iklan di media televisi

**Tabel 4.32**
**Anda percaya, jika memakai produk motor Yamaha Jupiter MX akan memberikan nilai lebih bagi Anda**

| Kategori | Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|
| Sangat Setuju | 7 | 13,5 |
| Setuju | 23 | 44,2 |
| Cukup Setuju | 17 | 32,7 |
| Tidak Setuju | 5 | 9,6 |
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Total** | **52** | **100** |

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 23 orang atau 44,2%. Dan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju sebanyak 5 orang atau 9,6%. Dari data di atas dapat dilihat bahwa tidak ada seorangpun yang menyatakan sangat tidak setuju.

Menurut **Sutisna (2002: 100)**, menyatakan bahwa sikap memiliki tiga komponen, salah satunya komponen konatif. Dimana komponen konatif itu adalah maksud atau tindakan untuk membeli produk. Dalam hal ini, responden menyatakan setuju bahwa responden menggunakan Motor Yamaha Jupiter MX, karena responden sudah percaya terhadap produknya.

Untuk mengetahui bagaimana gambaran indikator Konatif, maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini

**Tabel 4.33**
**Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Konatif**

| Item Pertanyaan | Alternatif Jawaban dan Frekuensinya | | | | | Skor Total | Persentase Skor Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | | |
| 16 | 10 | 11 | 31 | 0 | 0 | 187 | 71.92 |
| 17 | 7 | 23 | 17 | 5 | 0 | 188 | 72.31 |
| **Jumlah Skor Total** | | | | | | **375** | **72.12** |

Tabel diatas menunjukan jumlah skor total dari dua pernyataan mengenai indikator Konatif yaitu sebesar 72,12%. Skor total paling tinggi adalah sebesar 72,31% yakni mengenai Anda bersedia untuk memakai produk motor Yamaha Jupiter MX setelah melihat iklan di media televisi dan skor total terendah yakni mengenai Anda percaya, jika memakai produk motor Yamaha Jupiter MX akan memberikan

nilai lebih bagi Anda sebesar 71,92%. Responden menyatakan bahwa mereka bersedia untuk menggunakan Motor Yamaha Jupiter MX karena melihat iklan Motor tersebut di media televisi.

### 4.2.5 Hasil *Scoring* Kuesioner Sikap Konsumen

Untuk mengetahui gambaran umum penilaian mengenai Sikap Konsumen, maka dilakukan pengkategorian dengan cara menentukan nilai indeks minimum, nilai indeks maksimum dan jenjang yang diinginkan. Perhitungan tersebut dapat dilihat pada penjabaran sebagai berikut:

Skor Minimum $= \frac{Skor\ Minimum}{Skor\ Maksimum} \times 100\%$

$= \frac{1}{5} \times 100\%$

$= 20\%$

Skor Maksimum $= \frac{Skor\ Maksimum}{Skor\ Maksimum} \times 100\%$

$= \frac{5}{5} \times 100\%$

$= 100\%$

Interval dalam persen = Nilai Indeks Maksimum – Nilai Indeks Minimum

$= 100\% - 20\%$

$= 80\%$

Jarak Interval = Interval : Jenjang ( 5 )

$= 80\% : 5$

$= 16\%$

**Tabel 4.34**
**Nilai Persentase Skor Total Megenai Sikap Konsumen**

| No | Indikator | Skor Total | Persentase skor |
|---|---|---|---|
| 1 | Kognitif | 350 | 67.31 |
| 2 | Afektif | 547 | 70.13 |
| 3 | Konatif | 375 | 72.12 |
| **Rata-rata Skor Total** | | **1272** | **69.85** |

Berdasarkan tabulasi data mengenai Sikap Konsumen diatas, diperoleh nilai tanggapan responden atas kuesioner Sikap Konsumen (Kuesioner Variabel Y) adalah sebesar 69,85%. Hasil persentase analisis deskriptif tentang pernyataan Sikap Konsumen termasuk ke dalam kategori baik. Hal ini dikarenakan nilai persentase sebesar 69,85% berada diantara 68% - 84% yang termasuk dalam kategori baik. Skor indicator yang paling tinggi adalah indicator mengenai konatif. Hal ini disebabkan karena dalam penyampaian iklan Motor Yamaha Jupiter MX, sumber yang menyampaikan iklan tersebut adalah pembalap Internasional yang berasal dari Italy yaitu "Valentino Rossy". Oleh sebab itu responden mau menggunakan motor Yamaha Jupiter MX setelah melihat iklan motor Yamaha Jupiter MX di media televisi.

## 4.3 Analisis Pengaruh Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Sikap Konsumen

### 4.3.4 Analisis Regresi

Penggunaan analisis regresi linier sederhana bertujuan untuk membuat model matematis dari pengaruh Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Sikap Konsumen

sehingga dari model tersebut diketahui besarnya perubahan pada Sikap Konsumen jika dilaksanakan Iklan Melalui Media Televisi, dilakukan perhitungan seperti yang dikemukakan oleh Sugiono (2006:204) sebagai berikut:

Model regresi yang digunakan adalah:

Y = a + bX

Dengan:

$$a = \frac{\left(\sum Y_i\right)\left(\sum X_i^2\right) - \left(\sum X_i\right)\left(\sum X_i Y_i\right)}{n\sum X_i^2 - \left(\sum X_i\right)^2}$$

$$b = \frac{n\sum X_i Y_i - \left(\sum X_i\right)\left(\sum Y_i\right)}{n\sum X_i^2 - \left(\sum X_i\right)^2}$$

Dengan menggunakan rumus diatas maka perhitungan dapat dilakukan dengan menggunakan tabel bantu seperti di bawah ini:

**Tabel 4.35**
**Tabel Bantu Perhitungan Koefisien Regresi**

| No Resp | Skor Total (X) | Skor Total (Y) | $X^2$ | $Y^2$ | XY |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 27,33 | 16,67 | 747,09 | 277,93 | 455,68 |
| 2 | 31,22 | 12,48 | 974,90 | 155,77 | 389,69 |
| 3 | 28,99 | 12,19 | 840,15 | 148,57 | 353,30 |
| 4 | 27,82 | 15,06 | 774,07 | 226,74 | 418,94 |
| 5 | 36,61 | 16,71 | 1340,04 | 279,12 | 611,58 |
| 6 | 41,52 | 14,20 | 1724,07 | 201,59 | 589,55 |
| 7 | 47,99 | 12,97 | 2302,86 | 168,26 | 622,48 |
| 8 | 51,09 | 18,48 | 2610,65 | 341,33 | 943,98 |
| 9 | 41,15 | 17,09 | 1693,07 | 292,22 | 703,39 |
| 10 | 45,01 | 16,83 | 2026,35 | 283,38 | 757,78 |
| 11 | 37,02 | 18,50 | 1370,39 | 342,33 | 684,93 |
| ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 52 | 34,33 | 16,62 | 1178,77 | 276,25 | 570,64 |
| **Jumlah** | **1.991,10** | **839,41** | **81.354,36** | **14.514,16** | **33.380,63** |

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

$$
\begin{aligned}
N &= 52 \\
\Sigma X &= 1991,10 \\
\Sigma Y &= 839,41 \\
\Sigma X^2 &= 81354,36 \\
\Sigma Y^2 &= 14514,16 \\
\Sigma XY &= 33380,63
\end{aligned}
$$

Maka untuk menentukan nilai a dan b adalah sebagai berikut:

$$a = \frac{\left(\sum Y_i\right)\left(\sum X_i{}^2\right) - \left(\sum X_i\right)\left(\sum X_i Y_i\right)}{n\sum X_i{}^2 - \left(\sum X_i\right)^2}$$

$$a = \frac{(839,41)(81354,36) \; - \; (1991,10)(33380,63)}{52(81354,36) \; - \; (1991,10)^2}$$

$$a = 3.858$$

$$b = \frac{n\sum X_i Y_i - \left(\sum X_i\right)\left(\sum Y_i\right)}{n\sum X_i{}^2 - \left(\sum X_i\right)^2}$$

$$b = \frac{52(33380,63) - (1991,10)(839,41)}{52(81354,36) - (1991,10)^2}$$

$$b = 0,477$$

Sehingga diperoleh model regresi sebagai berikut:

Y = 3,858 + 0,477 X

Nilai konstanta a memiliki arti bahwa ketika X bernilai 0, maka Y bernilai 3,858. Sedangkan koefisien regresi b memiliki arti bahwa pada setiap kenaikan nilai X sebesar 1 unit, maka Y akan meningkat sebesar 0,477 unit.

Jika dilakukan perhitungan dengan menggunkan software *SPSS 13.0 for window*, maka output yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3,858 | 2,464 | | 1,566 | ,124 |
| | X | ,477 | ,086 | ,617 | 5,543 | ,000 |

a. Dependent Variable: Y

### 4.3.5 Analisis Korelasi

Untuk mengetahui hubungan Iklan Melalui Media Televisi dengan Sikap Konsumen maka dapat hitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum X_i Y_i - \left(\sum X_i\right)\left(\sum Y_i\right)}{\sqrt{\left\{n\sum X_i^{\,2} - \left(\sum X_i\right)^2\right\}\left\{n\sum Y_i^2 - \left(\sum Y_i\right)^2\right\}}}$$

Berdasarkan tabel 4.28 dapat disimpulkan sebagai berikut:

| | | |
|---|---|---|
| N | = | 52 |
| Σ X | = | 1991,10 |
| Σ Y | = | 839,41 |
| $\Sigma X^2$ | = | 81354,36 |
| $\Sigma Y^2$ | = | 14514,16 |
| Σ XY | = | 33380,63 |

Maka untuk menentukan nilai r adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n\sum X_i^{\,2} - (\sum X_i)^2\}\{n\sum Y_i^{\,2} - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{\left(52 \times 33380{,}63\right) - \left(1991{,}10\right)\left(839{,}41\right)}{\sqrt{\left\{\left(52 \times 81354{,}36\right) - \left(1991{,}10\right)^2\right\}\left\{\left(52 \times 14514{,}16\right) - \left(839{,}41\right)^2\right\}}}$$

$$r_{xy} = 0{,}617$$

Jika dilakukan perhitungan dengan menggunkan software *SPSS 13.0 for window*, maka output yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

| | | Y |
|---|---|---|
| X | Pearson Correlation | ,617 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 |
| | N | 52 |

Berdasarkan pedoman koefisien korelasi yang dikemukakan Sugiono (2004;183), nilai koefisien korelasi sebesar 0,617 menunjukkan hubungan yang kuat antara Iklan Melalui Media Televisi dengan Sikap Konsumen. Artinya peningkatan nilai variabel X diiringi pula oleh peningkatan nilai variabel Y.

### 4.3.6 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis Koefisien Determinasi dipergunakan untuk melihat besarnya kontribusi Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Sikap Konsumen dalam bentuk persen (%). Analisis ini dihitung dengan menggunkan rumus sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Dimana :

KD = koefisien determinasi

R = koefisien korelasi

Sehingga:

KD = $0,617^2$ x 100%

= 0,381 x 100%

= 38,1%

Kesimpulan:

Dari analisis di atas diperoleh nilai KD = 0,381 (38,1%). Hal ini memberikan arti bahwa variabel X memberikan pengaruh yang cukup kuat sebesar 38,1% terhadap variabel Y, dan sisanya sebesar 61,9% adalah pengaruh dari faktor-faktor lain yang diabaikan penulis dalam penelitian.

Jika dilakukan perhitungan dengan menggunkan software *SPSS 13.0 for window*, maka output yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

**Model Summary**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | ,617[a] | ,381 | ,368 | 3,35717 |

a. Predictors: (Constant), X

### 4.3.7 Pengujian Hipotesis

Untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh dari variabel Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Sikap Konsumen maka dilakukan pengujian dengan menggunakan perumusan uji t sebagai berikut:

$$t_{hitung} = r\sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_0$ : Iklan Melalui Media Televisi tidak berpengaruh signifikan terhadap Sikap Konsumen

$H_1$ : Iklan Melalui Media Televisi berpengaruh signifikan terhadap Sikap Konsumen

$\alpha = 0{,}05$

Dengan mengacu pada tingkat signifikansi 5% secara dua arah, maka hasil perhitungan pengujian hipotesi dapat dilihat di bawah ini.

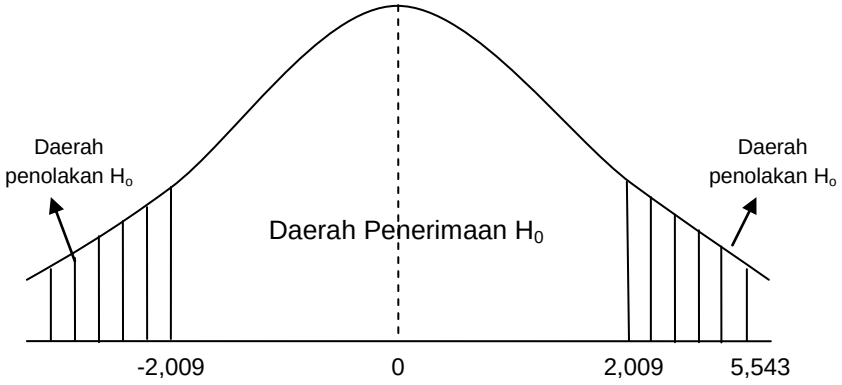
$$t_{hitung} = r\sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

$$t_{hitung} = 0{,}617\sqrt{\frac{52-2}{1-(0{,}617)^2}}$$

$$t_{hitung} = 5{,}543$$

**Gambar 4.3**

**Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_0$**




Dengan db = n-2 = 52-2 = 50 dan α = 0,05 untuk pengujian dua sisi, diperoleh nilai t pada tabel distribusi t adalah 2,009.

Dengan demikian $t_{hitung}$ > dari $t_{tabel}$ (5,543 > 2,009) sehingga $H_0$ ditolak dan $H_1$ diterima, artinya Iklan Melalui Media Televisi berpengaruh signifikan terhadap Sikap Konsumen.