### **BAB IV**

# ANALISIS DATA

### A. Gambaran Umum Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah dewasa perempuan Kelurahan Pahlawan Kecamatan Kemuning yang berdasarkan usia dari 18 tahun sampai 40 tahun berjumlah 1.532 jiwa. Dengan penentuan sampel menggunakan rumus yang dikemukakan Lemeshow dkk, maka jumlah responden adalah 90 orang. Setiap responden diberi lembar kuesioner untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan. Dari keseluruhan kuesioner yang berjumlah 90 eksemplar, semua kembali dalam keadaan utuh sebanyak 90 eksemplar yang memenuhi kriteria dan semua jawaban dapat di jawab dengan baik.

Responden yang penulis jadikan sampel dalam penelitian memiliki karakteristik berdasarkan usia sebagai berikut:

# a. Karakteristik responden berdasarkan usia

Karakteristik responden berdasarkan jumlah penduduk usia perempuan di kelurahan pahlawan kecamatan kemuning sebagai berikut:

Tabel 1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penduduk Usia Perempuan di
Kelurahan Pahlawan Kecamatan Kemuning

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	18 – 30	60	66.7
2	31 – 40	30	33.3
	Total	90	100

Sumber: Data primer yang Diolah dengan SPSS 20, Juni 2016.

Berdasarkan Tabel 1 responden berdasarkan jumlah penduduk usia perempuan diklasifikasikan atas 2 (dua) jenis tingkatan usia perempuan, yaitu dari usia 18-30 dan 31-40. Jumlah responden yang berjenis usia dari 18-30 adalah sebanyak 60 orang (66,7%), sedangkan yang berusia 31-40 adalah sebanyak 30 orang (33,3%). Responden yang berusia 18-30 (dewasa awal) dan 31-40 (dewasa akhir) memiliki jumlah yang tidak jauh berbeda dalam penelitian ini disebabkan karena yang berusia dewasa awal dan usia akhir sama-sama sering menonton iklan shampoo "sariayu hijab hair care".

# b. Karakteristik responden berdasarkan berapa kali melihat iklan

Tabel 2

Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Melihat Iklan Shampoo *"Sariayu Hijab Hair Care"* di Kelurahan Pahlawan Kecamatan Kemuning

No	Berapa Kali Melihat Iklan	Jumlah	Persentase
1	1-3	30	33,3
2	4 – 6	36	40,0
3	>6	24	26,7
	Total	90	100

Sumber: Data primer yang Diolah dengan SPSS 20, Juni 2016.

Berdasarkan Tabel 2 responden diklasifikasikan atas 3 (tiga) tingkatan berapa kali melihat iklan, yakni responden yang melihat iklan shampoo "sariayu hijab hair care" antara 1 kali sampai dengan 3 kali, responden yang melihat 4 kali sampai 6 kali serta responden yang melihat iklan lebih 6 kali. Jumlah responden yang melihat iklan shampoo "sariayu hijab hair care" antara 1 kali sampai dengan 3 kali adalah sebanyak 30 orang (33,3%), 4 sampai dengan 6 kali adalah sebanyak 36 orang (40,0%), sedangkan yang melihat iklan lebih dari 6 kali adalah sebanyak 24 orang (26,7%).

c. Karakteristik berdasarkan respon masyarakat terhadap iklan shampoo *sariayu* hijab hair care

Tabel 3

Karakteristik Berdasarkan Respon Masyarakat Terhadap Iklan Shampoo

Sariayu Hijab Hair Care

No	Respon	Jumlah	Persentase
1	Baik	62	68,9
2	Tidak Baik	28	31.1
	Total	90	100

Sumber: Data primer yang Diolah dengan SPSS 20, Juni 2016.

Berdasarkan Tabel 3 berdasarkan respon masyarakat terhadap iklan shampoo sariayu hijab hair care diklasifikasikan atas 2 (dua) jenis tingkatan respon iklan, yaitu baik dan tidak baik. Jumlah respon iklan yang baik adalah sebanyak 62 (68,9%), sedangkan jumlah respon iklan yang tidak baik adalah sebanyak 28 (31,1%). Dari persentase jawaban tersebut menunjukkan bahwa respon masyarakat terhadap iklan shampoo "sariayu hijab hair care" positif baik.

# B. Uji Validitas dan Reliabilitas

# 1. Uji Validitas

Uji validitas ini akan mengukur sejauh mana suatu alat pengukur dan apa yang ingin diukur, dan instrumen yang valid berarti insrumen tersebut dapat mengukur apa saja yang seharusnya diukur. Penelitian ini memiliki 27 item. 12 item untuk variabel Pengaruh Iklan Shampoo "sariayu hijab hair care" (X) dan 15 item untuk variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y). Untuk mengetahui valid atau tidaknya item bisa dilihat pada corred item total correlation jika item < r tabel maka item dinyatakan tidak valid, sedangkan item > r tabel maka dinyatakan valid. Uji validitas ini menggunakan r tabel product moment dengan taraf signifikan sebesar 0,05 dengan rumus degree of freedom yaitu df = n (jumlah sampel)-2¹, maka df = 90-2 = 88 sehingga r tabel 0,210 Berikut hasil uji validitas:

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Variabel X

No	Item	Corrected Item Total Correlation	r tabel	Keterangan
1	Item 1	0,568	0,210	Valid
2	Item 2	0,708	0,210	Valid
3	Item 3	0,764	0,210	Valid
4	Item 4	0,459	0,210	Valid
5	Item 5	0,613	0,210	Valid
6	Item 6	0,500	0,210	Valid
7	Item 7	0,611	0,210	Valid

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk penelitian*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), Cet Ke-2, h.164.

8	Item 8	0,442	0,210	Valid
9	Item 9	0,496	0,210	Valid
10	Item 10	0,604	0,210	Valid
11	Item 11	0,506	0,210	Valid
12	Item 12	0,460	0,210	Valid

Sumber: Data primer yang Diolah dengan SPSS 20, Juni 2016.

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Variabel Y

No	Item	Corrected Item Total Correlation	r tabel	Keterangan
1	Item 1	0,566	0,210	Valid
2	Item 2	0,580	0,210	Valid
3	Item 3	0,860	0,210	Valid
4	Item 4	0,696	0,210	Valid
5	Item 5	0,660	0,210	Valid
6	Item 6	0,540	0,210	Valid
7	Item 7	0,553	0,210	Valid
8	Item 8	0,480	0,210	Valid
9	Item 9	0,570	0,210	Valid
10	Item 10	0,744	0,210	Valid
11	Item 11	0,806	0,210	Valid
12	Item 12	0,767	0,210	Valid
13	Item 13	0,744	0,210	Valid
14	Item 14	0,563	0,210	Valid
15	Item 15	0,529	0,210	Valid

Berdasarkan data pada tabel 3 dan tabel 4 dapat dilihat bahwa semua nilai pada corred item total correlation lebih besar dari r tabel, maka dapat disimpulkan instrumen variabel X dan variabel Y dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam kuesioner.

# 2. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas, selanjutnya menguji reliabilitas variabel Pengaruh Iklan Shampoo "sariayu hijab hair care" (X) dan variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y) dengan menggunakan SPSS 20 dan rumus Cronbach's Alpha, dimana sebuah kuisioner dikatakan reliable apabila nilai metode Cronbach's Alpha lebih besar daripada 0,60<sup>2</sup>.

Hasil uji Reliabilitas kuisioner disajikan dalam Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Uii Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y					
No	Variabel	Item Penyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan	
1	Pengaruh Iklan Shampoo	12 Pertanyaan	-893	Valid	
	"sariayu hijab hair care"				
	(X)				
2	Keputusan Pembelian	15 Pertanyaan	-898	Valid	
	Konsumen (Y)				

Sumber: Data primer yang Diolah dengan SPSS 20, Juni 2016.

Berdasarkan dari tabel 5, maka dapat disimpulkan variabel X dan variabel Y memenuhi syarat sebagai alat ukur untuk pengambilan data dalam penelitian karena nilai *Cronbach's Alpha lebih* besar dari 0,60.

\_

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> *Ibid*, h.175.

### C. Analisis Indikator Variabel X dan Y

# 1. Indikator Pengaruh Iklan Shampoo "sariayu hijab hair care" (X)

Pada variabel X (Pengaruh Iklan Shampoo "sariayu hijab hair care") terdapat 4 item dimensi variabel, yaitu pesan iklan, struktur iklan, format iklan dan sumber iklan. Dari 4 dimensi tersebut terdapat 12 indikator pernyataan yang telah dijawab oleh responden. Jawaban pernyataan dari responden tersebut ditunjukkan pada tabeltabel di setiap pernyataan.

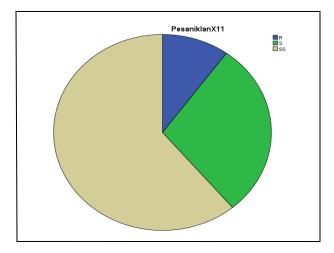
## a. Pesan Iklan (X1)

Dimensi ini memiliki 3 indikator pernyataan, yaitu:

1. Motto "Sariayu Mengerti Akan Kebutuhan Perawatan Rambut dan Kulit Kepala Wanita Berhijab" menjadi alasan saya untuk memilih shampoo "Sariayu Hijab Hair Care".

Tabel 6
Persentase Jawaban Responden X11

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	55	61,1%
Setuju	26	28,9%
Ragu-ragu	9	10,0%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	90	100%



Gambar 3 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 1

Berdasarkan tabel 6 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no.1 menunjukkan 55 (61,1%) responden menyatakan sangat setuju (5), 26 (28,9%) responden menyatakan setuju (4), 9 (10,0%) responden menjawab ragu-ragu (3), tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pertanyaan no. 1 positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 90%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan bahwa Motto "Sariayu Mengerti Akan Kebutuhan Perawatan Rambut dan Kulit Kepala Wanita Berhijab" menjadi alasan responden untuk memilih shampoo "Sariayu Hijab Hair Care".

Mean yang dihasilkan			
Item	N	Mean	
X11	90	4,51	

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, Juni 2016.

### Rentangan Skala

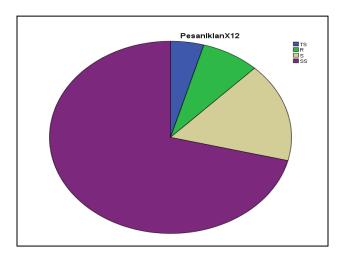


Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 1 memiliki mean sebesar 4,51 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 1 yaitu motto isi iklan shampoo "*sariayu hijab hair care*" terkonsep dengan baik.

2. Isi iklan "Sariayu Hijab Hair Care" sangat menarik sehingga memotivasi saya untuk memilih shampoo "Sariayu Hijab Hair Care".

**Tabel 7 Persentase Jawaban Responden X12** 

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	64	71,1%
Setuju	15	16,7%
Ragu-ragu	7	7,8%
Tidak setuju	4	4,4%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	90	100%



Gambar 4 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 2

Berdasarkan tabel 7 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no.2 menunjukkan 64 (71,1%) responden menyatakan sangat setuju (5), 15 (16,7%) responden menyatakan setuju (4), 7 (7,8%) responden menjawab ragu-ragu (3), 4 (4,4%) responden menyatakan tidak setuju (2) dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pertanyaan no. 2 positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 87,8%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden sangat termotivasi untuk memilih shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*".

Mean yang dihasilkan			
Item	N	Mean	
X12	90	4,54	

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, Juni 2016.

## Rentangan Skala

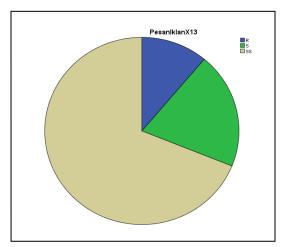


Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 2 memiliki mean sebesar 4,54 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 2 yaitu Isi iklan "Sariayu Hijab Hair Care" terkonsep sangat menarik.

3. Isi pesan iklan "Sariayu Hijab Hair Care" jelas tidak berlebihan dan mudah saya pahami.

Tabel 8 Persentase Jawaban Responden X13

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	62	68,9%
Setuju	18	20,0%
Ragu-ragu	10	11,1%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	90	100%



Gambar 5 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 3

Berdasarkan tabel 8 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 3 menunjukkan 62 ( 68,9%) responden menyatakan sangat setuju (5), 18 (20,0%) responden menyatakan setuju (4), 10 (11,1%) responden menjawab ragu-ragu (3), tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pertanyaan no. 3 positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 88,9%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan bahwa isi pesan iklan, jelas dan dapat dipahami responden.

Mean yang dihasilkan

Item N Mean

X13 90 4,58



Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 3 memiliki mean sebesar 4,58 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 3 yaitu Isi pesan iklan *"Sariayu Hijab Hair Care"* konsepnya jelas tidak berlebihan dan mudah dipahami.

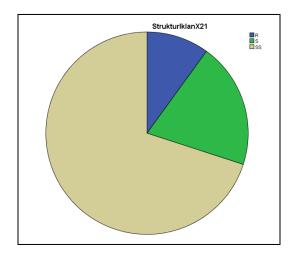
# b. Struktur Iklan (X2)

Dimensi ini memiliki 3 indikator pernyataan, yaitu:

4. Penyajian pesan iklan shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" dapat membuat saya tertarik untuk membeli produk ini.

**Tabel 9 Persentase Jawaban Responden X21** 

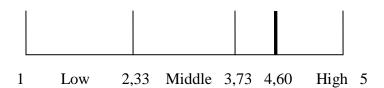
Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	63	70,0%
Setuju	18	20,0%
Ragu-ragu	9	10,0%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	90	100%



Gambar 6 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 4

Berdasarkan tabel 9 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 4 menunjukkan 63 (70,0%) responden menyatakan sangat setuju (5), 18 (20,0%) responden menyatakan setuju (4), 9 (10,0%) menyatakan ragu-ragu (3), tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan no. 4 positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 90%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan bahwa responden sangat setuju pada penyajian pesan iklan shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*" sehingga responden tertarik untuk membeli produk.

Mean yang dihasilkan
Item N Mean
X21 90 4,60

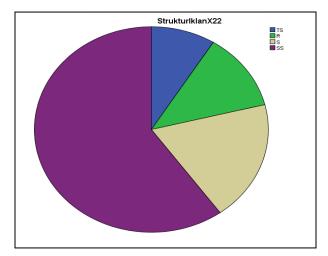


Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 4 memiliki mean sebesar 4,60 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 4 yaitu penyajian pesan iklan shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*" konsepnya sangat menarik.

5. Penyajian pesan iklan shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" secara keseluruhan menurut saya baik.

Tabel 10 Persentase Jawaban Responden X22

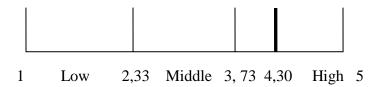
Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	54	60,0%
Setuju	17	18,9%
Ragu-ragu	11	12,2%
Tidak setuju	8	8,9%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	90	100%



Gambar 7 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 5

Berdasarkan tabel 10 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 5 menunjukkan 54 (60,0%) responden menyatakan sangat setuju (5), 17 (18,9%) responden menyatakan setuju (4), 11 (12,2%) responden menyatakan ragu-ragu (3), 8 (8,9%) responden menyatakan tidak setuju (2), dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan no. 5 positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 78,9%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan bahwa Penyajian pesan iklan shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*" secara keseluruhan menurut responden baik.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
X22	90	4,30

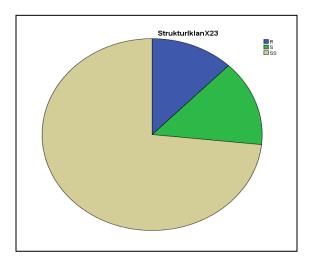


Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 5 memiliki mean sebesar 4,30 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 5 yaitu penyajian pesan iklan shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*" secara keseluruhan sangat baik.

6. Keunggulan produk shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" menarik perhatian saya.

**Tabel 11 Persentase Jawaban Responden X23** 

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	66	73,3%
Setuju	13	14,4%
Ragu-ragu	11	12,2%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	90	100%



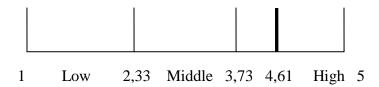
Gambar 8 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 6

Berdasarkan tabel 11 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 6 menunjukkan 66 (73,3%) responden menyatakan sangat setuju (5), 13 (14,4%) responden menyatakan setuju (4), 11 (12,2%) responden menyatakan ragu-ragu, tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan no. 6 positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 87,7%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan bahwa Keunggulan produk shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*" menarik perhatian responden.

Mean yang dihasilkan

Item N Mean

X23 90 4,61



Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 6 memiliki mean sebesar 4,61 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 6 yaitu keunggulan produk shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*" sangat menarik perhatian.

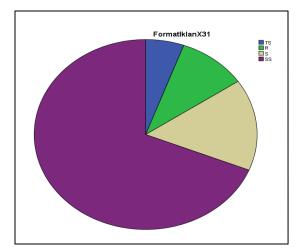
# c. Format Iklan (X3)

Dimensi ini memiliki 3 indikator pernyataan, yaitu:

7. Desain iklan shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" memperlihatkan manfaat produk ini dan menarik hati saya untuk memilih shampoo "Sariayu Hijab Hair Care".

**Tabel 12 Persentase Jawaban Responden X31** 

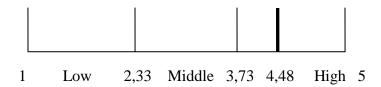
Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	62	68,9%
Setuju	14	15,6%
Ragu-ragu	9	10,0%
Tidak setuju	5	5,6%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	90	100%



Gambar 9 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 7

Berdasarkan tabel 12 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 7 menunjukkan 62 (68,9%) responden menyatakan sangat setuju (5), 14 (15,6%) responden menyatakan setuju (4), 9 (10,0%) responden menyatakan ragu-ragu (3), 5 (5,6%) responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan no. 7 positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 84,5%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan bahwa Desain iklan shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" sangat bermanfaat bagi responden.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
X31	90	4,48

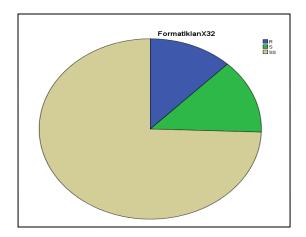


Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 7 memiliki mean sebesar 4,48 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 7 yaitu desain iklan shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*" sangat bermanfaat.

8. Kesesuaian antara warna, suara, rambut, wajah, gerak tubuh dan karakter menggambarkan pesan iklan shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" secara jelas.

**Tabel 13 Persentase Jawaban Responden X32** 

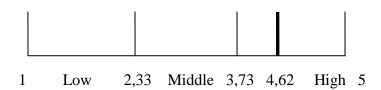
Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	67	74,4%
Setuju	12	13,3%
Ragu-ragu	11	12,2%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	90	100%



Gambar 10 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 8

Berdasarkan tabel 13 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 8 menunjukkan 67 (74,4%) responden menyatakan sangat setuju (5), 12 (13,3%) responden menyatakan setuju (4), 11 (12,2%) responden menyatakan ragu-ragu (3), tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan no. 8 positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 87,7%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan bahwa kesesuaian antara warna, suara, rambut, wajah, gerak tubuh dan karakter menggambarkan pesan iklan shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" secara jelas.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
X32	90	4,62

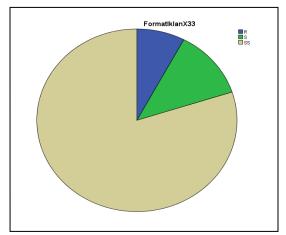


Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 8 memiliki mean sebesar 4,62 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 8 yaitu kesesuaian antara warna, suara, rambut, wajah, gerak tubuh dan karakter menggambarkan pesan iklan shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*" secara jelas.

9. Kualitas warna, suara, rambut, wajah, gerak tubuh dan karakter mendukung saya untuk membeli shampoo "Sariayu Hijab Hair Care".

**Tabel 14 Persentase Jawaban Responden X33** 

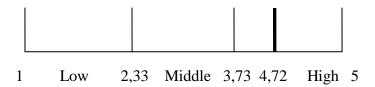
Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	72	80,0%
Setuju	11	12,2%
Ragu-ragu	7	7,8%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	90	100%



Gambar 11 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 9

Berdasarkan tabel 14 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 9 menunjukkan 72 (80,0%) responden menyatakan sangat setuju (5), 11 responden (12,2%) reponden menyatakan setuju (4), 7 (7,8%) responden menyatakan ragu-ragu (3), tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan no. 9\ positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 92,2 %. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan bahwa Kualitas warna, suara, rambut, wajah, gerak tubuh dan karakter sangat mendukung responden untuk membeli shampoo "Sariayu Hijab Hair Care".

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
X33	90	4,72



Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 9 memiliki mean sebesar 4,72 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 9 yaitu Kualitas warna, suara, rambut, wajah, gerak tubuh dan karakter sangat mendukung untuk membeli shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*".

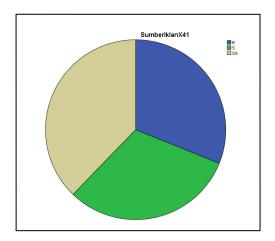
# d. Sumber Iklan (X4)

Dimensi ini memiliki 3 indikator pernyataan, yaitu:

10. Bintang iklan Rachel Maryam mempengaruhi saya untuk memilih shampoo "Sariayu Hijab Hair Care".

Tabel 15 Persentase Jawaban Responden X41

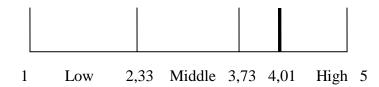
Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	34	37,8%
Setuju	28	31,1%
Ragu-ragu	28	31,1%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	90	100%



Gambar 12 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 10

Berdasarkan tabel 15 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 10 menunjukkan 34 (37,8%) responden menyatakan sangat setuju (5), 28 (31,1%) menyatakan setuju (4), 28 (31,1%) responden menyatakan ragu-ragu (3), tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan no. 10 positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 68,9%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan bahwa bintang iklan Rachel Maryam mempengaruhi responden untuk memilih shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*".

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
X41	90	4,01

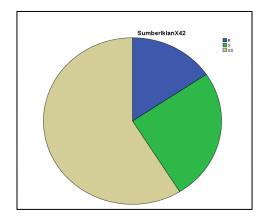


Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 10 memiliki mean sebesar 4,01 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 10 yaitu bintang iklan Rachel Maryam sangat mempengaruhi untuk memilih shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*".

11. Peran-peran yang diperagakan bintang iklan "Sariayu Hijab Hair Care" dapat membuat saya percaya untuk membeli produk ini.

Tabel 16 Persentase Jawaban Responden X42

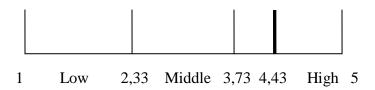
Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	53	58,9%
Setuju	23	25,6%
Ragu-ragu	14	15,6%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	90	100%



Gambar 13 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 11

Berdasarkan tabel 16 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 11 menunjukkan 53 (58,9%) responden menyatakan sangat setuju (5), 23 (25,6%) responden menyatakan setuju (4), 14 (15,6%) responden menyatakan ragu-ragu (3), tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan no. 11 positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 84,5%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan bahwa Peranperan yang diperagakan bintang iklan "*Sariayu Hijab Hair Care*" dapat membuat responden percaya untuk membeli produk ini.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
X42	90	4,43

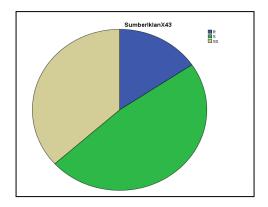


Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 11 memiliki mean sebesar 4,43 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 11 yaitu peran-peran yang diperagakan bintang iklan "*Sariayu Hijab Hair Care*" dapat membuat percaya.

12. Pemakaian artis terkenal sebagai bintang iklan shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" merupakan sumber pesan yang menarik dan persuasive bagi saya.

**Tabel 17 Persentase Jawaban Responden X43** 

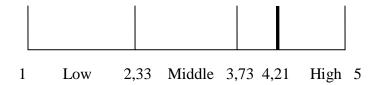
Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	33	36,7%
Setuju	43	47,8%
Ragu-ragu	14	15,6%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	90	100%



Gambar 14 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 12

Berdasarkan tabel 17 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 12 menunjukkan 33 (36,7%) responden menyatakan sangat setuju (5), 43 (47,8%) responden menyatakan setuju (4), 14 (15,6%) responden menyatakan ragu-ragu (3), tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari persentase jawaban tersebut menunjukkan bahwa jawaban masyarakat terhadap pernyataan no. 12 positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 84,5%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan bahwa pemakaian artis terkenal sebagai bintang iklan shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*" merupakan sumber pesan yang menarik dan persuasive bagi responden.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
X43	90	4,21



Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 12 memiliki mean sebesar 4,21 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 12 yaitu pemakaian artis terkenal sebagai bintang iklan shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*" merupakan sumber pesan yang menarik.

### 2. Indikator Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Pada variabel Y (Keputusan Pembelian Konsumen), terdapat 5 item dimensi variabel, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan konsumen dan perilaku pembelian. Dari 5 dimensi tersebut terdapat 15 indikator pernyataan yang telah dijawab oleh responden. Jawaban pernyataan dari responden tersebut ditunjukkan pada tabel-tabel di setiap pernyataan.

### A. Pengenalan Kebutuhan (Y1)

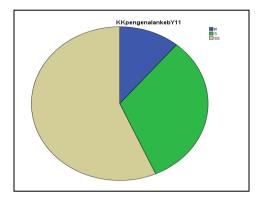
Dimensi ini memiliki 3 indikator pernyataan, yaitu:

13. Saya membutuhkan shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" untuk menghilangkan rambut rontok dan berminyak.

**Tabel 18 Persentase Jawaban Responden Y11** 

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	51	56,7%
Setuju	29	32,2%
Ragu-ragu	10	11,1%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	90	100%

Sumber: Data primer yang Diolah dengan SPSS 20, Juni 2016.



Gambar 15 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 13

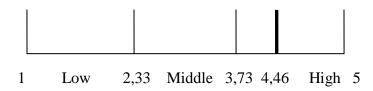
Berdasarkan tabel 18 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 13 menunjukkan 51 (56,7%) responden menyatakan sangat setuju (5), 29 (32,2%) responden menyatakan setuju (4), 10 (11,1%) respondenmmenyatakan ragu-ragu (3), tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari persentase jawaban tersebut menunjukkan bahwa jawaban masyarakat terhadap pernyataan no. 13 positif dengan nilai jawaban sangat

setuju dan setuju mencapai 88,9%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan bahwa responden membutuhkan shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" untuk menghilangkan rambut rontok dan berminyak.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
Y11	90	4,46

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, Juni 2016.

# Rentangan Skala



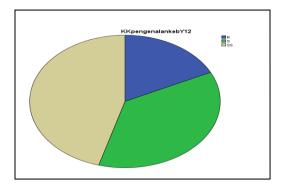
Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 13 memiliki mean sebesar 4,46 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 13 yaitu shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" sangat dibutuhkan untuk menghilangkan rambut rontok dan berminyak.

14. Saya membutuhkan shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" untuk menjaga kesehatan dan kebersihan rambut.

Tabel 19 Persentase Jawaban Responden Y12

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	41	45,6%
Setuju	33	36,7%
Ragu-ragu	16	17,8%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	90	100%

Sumber: Data primer yang Diolah dengan SPSS 20, Juni 2016.



Gambar 16 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 14

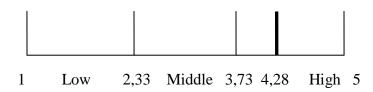
Berdasarkan tabel 19 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 14 menunjukkan 41 (45,6%) responden menyatakan sangat setuju (5), 33 (36,7%) responden menyatakan setuju (4), 16 (17,8%) responden menyatakan ragu-ragu (3), tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari persentase jawaban tersebut menunjukkan bahwa jawaban masyarakat terhadap pernyataan no. 14 positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 82,3%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat

indikasi pernyataan menunjukkan bahwa responden membutuhkan shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" untuk menjaga kesehatan dan kebersihan rambut.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
Y12	90	4,28

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, Juni 2016.

# Rentangan Skala



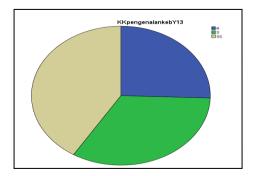
Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 14 memiliki mean sebesar 4,28 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 14 yaitu shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" sangat dibutuhkan untuk menjaga kesehatan dan kebersihan rambut.

15. Saya membutuhkan shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" supaya rambut tetap rapi dan tidak mudah kusut.

**Tabel 20 Persentase Jawaban Responden Y13** 

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	37	41,1%
Setuju	30	33,3%
Ragu-ragu	23	25,6%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	90	100%

Sumber: Data primer yang Diolah dengan SPSS 20, Juni 2016.



Gambar 17 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 15

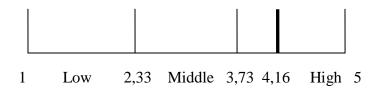
Berdasarkan tabel 20 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 15 menunjukkan 37 (41,1%) responden menyatakan sangat setuju (5), 30 (33,3%) responden menyatakan setuju (4), 23 responden (25,6%) yang menyatakan ragu-ragu (3), tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari persentase jawaban tersebut respon masyarakat terhadap pernyataan no. 15 positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju

mencapai 74,4%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan bahwa responden membutuhkan shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" supaya rambut tetap rapi dan tidak mudah kusut.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
Y13	90	4,16

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, Juni 2016.

#### Rentangan Skala



Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 15 memiliki mean sebesar 4,16 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 15 yaitu shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" sangat dibutuhkan supaya rambut tetap rapi dan tidak mudah kusut.

#### **B.** Pencarian Informasi (Y2)

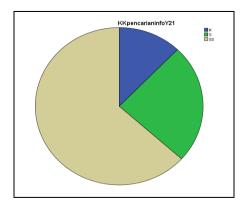
Dimensi ini memiliki 3 indikator pernyataan, yaitu:

16. Produk shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" memiliki informasi lengkap.

**Tabel 21 Persentase Jawaban Responden Y21** 

Frekuensi	Persentase
57	63,3%
22	24,4%
11	12,2%
0	0%
0	0%
90	100%
	57 22 11 0 0

Sumber: Data primer yang Diolah dengan SPSS 20, Juni 2016.



Gambar 18 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 16

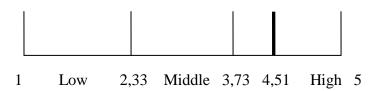
Berdasarkan tabel 21 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 16 menunjukkan 57 (63,3%) responden menyatakan sangat setuju (5), 22 (24,4%) responden menyatakan setuju (4), 11 (12,2%) responden menyatakan ragu-ragu (3), tidak ada yang menjawab tidak setuju serta sangat tidak setuju. Dari persentase jawaban tersebut menunjukkan bahwa jawaban masyarakat terhadap pernyataan no. 16 positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 87,7%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat

indikasi pernyataan menunjukkan bahwa produk shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" memiliki informasi lengkap.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
Y21	90	4,51

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, Juni 2016.

#### Rentangan Skala

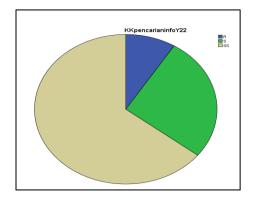


Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 16 memiliki mean sebesar 4,51 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 16 yaitu produk shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*" memiliki informasi lengkap.

#### 17. Informasi tentang shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" mudah didapatkan.

**Tabel 22 Persentase Jawaban Responden Y22** 

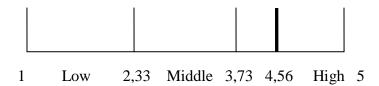
Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	58	64,4%
Setuju	24	26,7%
Ragu-ragu	8	8,9%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	90	100%



Gambar 19 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 17

Berdasarkan tabel 22 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 17 menunjukkan 58 (64,4%) responden menyatakan sangat setuju (5), 24 (26,7%) responden menyatakan setuju (4), 8 (8,9%) responden menyatakan ragu-ragu (3), tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari persentase jawaban tersebut menunjukkan bahwa jawaban masyarakat terhadap pernyataan no. 17 positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 91,1%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan bahwa Informasi tentang shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" mudah didapatkan.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
Y22	90	4,56

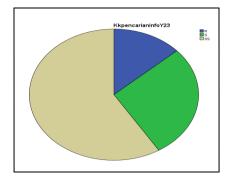


Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 17 memiliki mean sebesar 4,56 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 17 yaitu informasi tentang shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*" sangat mudah didapatkan.

18. Informasi dari teman atau keluarga mempengaruhi saya untuk membeli shampoo "Sariayu Hijab Hair Care".

**Tabel 23 Persentase Jawaban Responden Y23** 

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	53	58,9%
Setuju	25	27,8%
Ragu-ragu	12	13,3%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	90	100%



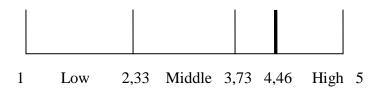
Gambar 20 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 18

Berdasarkan tabel 23 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 18 menunjukkan 53 (58,9%) responden menyatakan sangat setuju (5), 25 (27,8%) responden menyatakan setuju (4), 12(13,3%) responden menyatakan ragu-ragu (3), tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari persentase jawaban tersebut menunjukkan bahwa jawaban masyarakat terhadap pernyataan no. 18 positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 86,7%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan bahwa Informasi dari teman atau keluarga mempengaruhi responden untuk membeli shampoo "Sariayu Hijab Hair Care".

Mean yang dihasilkan

Item N Mean

Y23 90 4,46



Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 18 memiliki mean sebesar 4,46 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 18 yaitu informasi dari teman atau keluarga sangat mempengaruhi untuk membeli shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*".

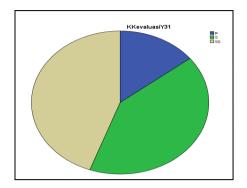
#### C. Evaluasi Alternatif (Y3)

Dimensi ini memiliki 3 indikator pernyataan, yaitu:

19. Saya lebih memilih produk shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" dari pada shampoo lainnya.

**Tabel 24 Persentase Jawaban Responden Y31** 

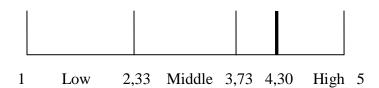
Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	40	44,4%
Setuju	37	41,1%
Ragu-ragu	13	14,4%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	90	100%



Gambar 21 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 19

Berdasarkan tabel 24 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 19 menunjukkan 40 (44,4%) responden menyatakan sangat setuju (5), 37 (41,1%) responden menyatakan setuju (4), 13 (14,4%) responden menyatakan ragu-ragu (3), tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari persentase jawaban tersebut menunjukkan bahwa jawaban masyarakat terhadap pernyataan no. 19 positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 85,5%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan bahwa responden lebih memilih produk shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" dari pada shampoo lainnya.

Mean yang dihasilkan
Item N Mean
Y31 90 4,30

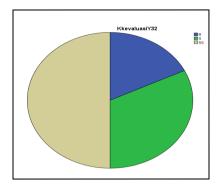


Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 19 memiliki mean sebesar 4,30 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 19 yaitu responden lebih memilih produk shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*" dari pada shampoo lainnya.

20. Motto "mengatasi rambut wanita berhijab" menjadi pertimbangan saya dalam memilih shampoo "Sariayu Hijab Hair Care".

Tabel 25 Persentase Jawaban Responden Y32

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	45	50,0%
Setuju	29	32,2%
Ragu-ragu	16	17,8%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	90	100%



Gambar 22 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 20

Berdasarkan tabel 25 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 20 menunjukkan 45 (50,0%) responden menyatakan sangat setuju (5), 29 (32,2%) responden menyatakan setuju (4), 16 (17,8%) responden menyatakan ragu-ragu (3), tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari persentase jawaban tersebut menunjukkan bahwa jawaban masyarakat terhadap pernyataan no. 20 positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 82,2%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan bahwa Motto "mengatasi rambut wanita berhijab" menjadi pertimbangan responden dalam memilih shampoo "Sariayu Hijab Hair Care".

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
Y32	90	4,32

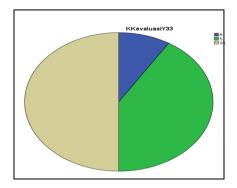


Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 20 memiliki mean sebesar 4,32 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 20 yaitu motto "mengatasi rambut wanita berhijab" sangat menjadi pertimbangan memilih shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*".

21. Adanya Sertifikat halal produk menjadi pertimbangan saya dalam memilih shampoo "Sariayu Hijab Hair Care".

Tabel 26 Persentase Jawaban Responden Y33

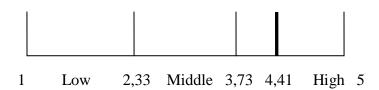
Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	45	50,0%
Setuju	37	41,1%
Ragu-ragu	8	8,9%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	90	100%



Gambar 23 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 21

Berdasarkan tabel 26 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 21 menunjukkan 45 (50,0%) responden menyatakan sangat setuju (5), 37 (41,1%) responden menyatakan setuju (4), 8 (8,9%) responden menyatakan ragu-ragu (3), tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari persentase jawaban tersebut menunjukkan bahwa jawaban masyarakat terhadap pernyataan no. 21 positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 91,1%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan bahwa adanya sertifikat halal produk menjadi pertimbangan responden dalam memilih shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*".

Mean yang dihasilkan			
Item	N	Mean	
Y33	90	4,41	



Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 21 memiliki mean sebesar 4,41 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 21 yaitu adanya Sertifikat halal produk sangat menjadi pertimbangan memilih shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*".

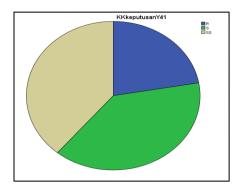
#### D. Keputusan Konsumen (Y4)

Dimensi ini memiliki 3 indikator pernyataan, yaitu:

22. Saya akan membeli shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" karena ada sertifikat halalnya.

**Tabel 27 Persentase Jawaban Responden Y41** 

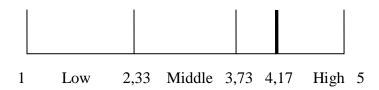
Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	35	38,9%
Setuju	35	38,9%
Ragu-ragu	20	22,2%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	90	100%



Gambar 24 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 22

Berdasarkan tabel 27 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 22 menunjukkan 35 (38,9%) responden menyatakan sangat setuju (5), 35 (38,9%) responden menyatakan setuju (4), 20 (22,2%) responden menyatakan ragu-ragu (3), tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari persentase jawaban tersebut menunjukkan bahwa jawaban masyarakat terhadap pernyataan no. 22 positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 77,8%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan bahwa responden akan membeli shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*" karena ada sertifikat halalnya.

Mean yang dihasilkan		
Item	Item N Mean	
Y41	90	4,17

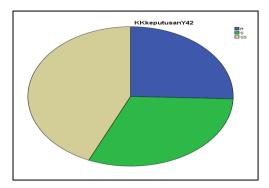


Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 22 memiliki mean sebesar 4,17 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 22 yaitu karena adanya sertifikat halal responden tertarik membeli shampoo "Sariayu Hijab Hair Care".

23. Harga yang tepat menjadi alasan saya membeli shampoo "Sariayu Hijab Hair Care".

Tabel 28 Persentase Jawaban Responden Y42

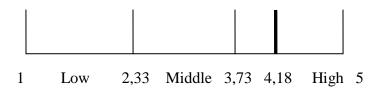
Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	39	43,3%
Setuju	28	31,1%
Ragu-ragu	23	26,6%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	90	100%



Gambar 25 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 23

Berdasarkan tabel 28 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawabr indikator pernyataan no. 23 menunjukkan 39 responden (43,3%) menyatakan sangat setuju (5), 28 responden (31,1%) menyatakan setuju (4) dan 23 responden (26,6%) yang menyatakan ragu-ragu (3). Sedangkan tidak ada yang menjawab tidak setuju serta sangat tidak setuju. Dari persentase jawaban tersebut menunjukkan bahwa jawaban masyarakat terhadap pernyataan no. 23 positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 74,4%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan bahwa Harga yang tepat menjadi alasan saya membeli shampoo "Sariayu Hijab Hair Care".

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
Y42	90	4,18

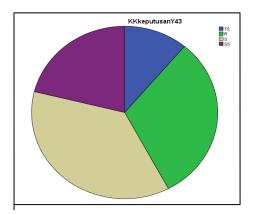


Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 23 memiliki mean sebesar 4,18 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 23 yaitu harga yang tepat menjadi alasan membeli shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*".

24. Saya berfikir membeli shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" adalah keputusan yang tepat.

**Tabel 29 Persentase Jawaban Responden Y43** 

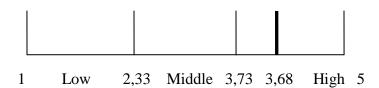
Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	19	21,1%
Setuju	33	36,7%
Ragu-ragu	28	31,1%
Tidak setuju	10	11,1%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	90	100%



Gambar 26 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 24

Berdasarkan tabel 29 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 24 menunjukkan 19 (21,1%) responden menyatakan sangat setuju (5), 33 (36,7%) responden menyatakan setuju (4), 28 (31,1%) responden menyatakan ragu-ragu (3), 10 (11,1%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dari persentase jawaban tersebut menunjukkan bahwa jawaban masyarakat terhadap pernyataan no. 24 cukup positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 57,8%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan bahwa responden berfikir membeli shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" adalah keputusan yang tepat.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
Y43	90	3,68



Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 24 memiliki mean sebesar 3,68 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 24 yaitu responden sangat berfikir untuk membeli shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*".

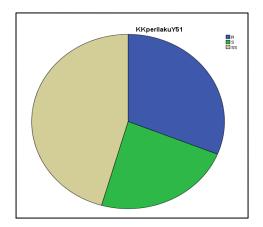
### E. Perilaku Pembelian (Y5)

Dimensi ini memiliki 3 indikator pernyataan, yaitu:

25. Saya merasa puas setelah memilih produk shampoo "Sariayu Hijab Hair Care".

**Tabel 30 Persentase Jawaban Responden Y51** 

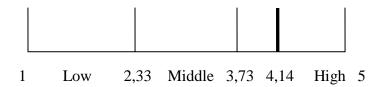
Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	41	45,6%
Setuju	21	23,3%
Ragu-ragu	28	31,1%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	90	100%



Gambar 27 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 25

Berdasarkan tabel 30 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 25 menunjukkan 41 (45,6%) responden menyatakan sangat setuju (5), 21 (23,3%) responden menyatakan setuju (4), 28 (31,1%) responden menyatakan ragu-ragu (3), tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari persentase jawaban tersebut menunjukkan bahwa jawaban masyarakat terhadap pernyataan no. 25 cukup positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 68,9%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan bahwa responden merasa puas setelah memilih produk shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*".

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
Y51	90	4,14

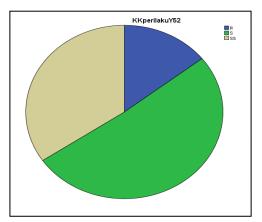


Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 25 memiliki mean sebesar 4,14 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 25 yaitu memilih produk shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*" responden sangat merasa puas.

26. Saya akan menyarankan produk shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" kepada orang lain.

**Tabel 31 Persentase Jawaban Responden Y52** 

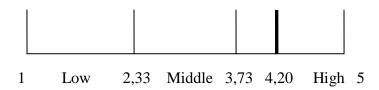
Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	31	34,4%
Setuju	46	51,1%
Ragu-ragu	13	14,4%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	90	100%



Gambar 28 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 26

Berdasarkan tabel 31 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 26 menunjukkan 31 (34,4%) responden menyatakan sangat setuju (5), 46 (51,1%) responden menyatakan setuju (4), 13 (14,4%) responden menyatakan ragu-ragu (3), tidak ada yang menyatakan tidak setuju serta dan sangat tidak setuju. Dari persentase jawaban tersebut menunjukkan bahwa jawaban masyarakat terhadap pernyataan no. 26 positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 85,5%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan bahwa responden akan menyarankan produk shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" kepada orang lain.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
Y52	90	4,20

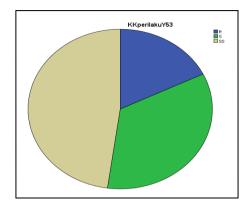


Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 26 memiliki mean sebesar 4,20 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 26 yaitu produk shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*" saran yang baik.

27. Keunggulan produk shampoo "Sariayu Hijab Hair Care" adalah untuk mengatasi masalah pada rambut wanita berhijab.

**Tabel 32 Persentase Jawaban Responden Y53** 

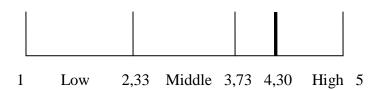
Frekuensi	Persentase
43	47,8%
31	34,4%
16	17,8%
0	0%
0	0%
90	100%
	43 31 16 0



Gambar 29 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 27

Berdasarkan tabel 32 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 90 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 29 menunjukkan 43 (47,8%) responden menyatakan sangat setuju (5), 31 (34,4%) responden menyatakan setuju (4), 16 (17,8%) responden menyatakan ragu-ragu (3), tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari persentase jawaban tersebut menunjukkan bahwa jawaban masyarakat terhadap pernyataan no. 27 positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 82,2%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan bahwa keunggulan produk shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*" adalah untuk mengatasi masalah pada rambut wanita berhijab.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
Y53	90	4,30



Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 27 memiliki mean sebesar 4,30 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 27 yaitu produk shampoo "*Sariayu Hijab Hair Care*" sangat tepat untuk mengatasi masalah rambut.

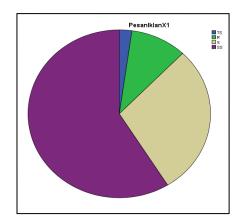
#### D. Analisis Dimensi Variabel X dan Y

#### 1. Dimensi Pengaruh Iklan Shampoo "sariayu hijab hair care" (X)

a. Pesan Iklan (X1)

Tabel 33 Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Pesan Iklan

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	181	67,0%
Setuju	59	21,9%
Ragu-ragu	26	9,6%
Tidak setuju	4	1,5%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	270	100%



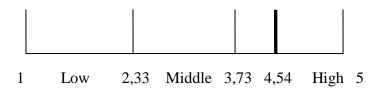
Gambar 30 Pie Chart Dimensi Pesan Iklan

Berdasarkan tabel 33 dan *pie chat* dimensi pesan iklan tersebut, jawaban responden terhadap dimensi pesan iklan yaitu 181 (67,0%) untuk jawaban sangat setuju (5), 59 (21,9%) untuk jawaban setuju (4), 26 (9,6%) untuk jawaban ragu-ragu (3), 4 (1,5%) untuk jawaban tidak setuju (2) dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya respon masyarakat terhadap keseluruhan dimensi pesan iklan positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 88,9%.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
X1	270	4,54

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, Juni 2016.

# Rentangan Skala



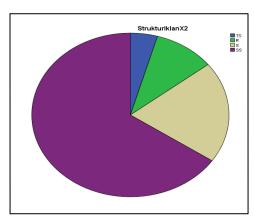
Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan dimensi pesan iklan menunjukkan mean sebesar 4,54 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya tanggapan responden terhadap dimensi pesan iklan positif.

#### b. Struktur Iklan (X2)

Tabel 34 Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Struktur Iklan

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	183	67,8%
Setuju	48	17,8%
Ragu-ragu	31	11,5%
Tidak setuju	8	3,0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	270	100%

Sumber: Data primer yang Diolah dengan SPSS 20, Juni 2016



Gambar 31 Pie Chart Dimensi Struktur Iklan

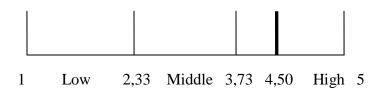
Berdasarkan tabel 34 dan *pie chart* struktur iklan tersebut, jawaban responden terhadap dimensi struktur iklan yaitu 183 (67,8%) untuk jawaban sangat setuju (5),

48 (17,8%) untuk jawaban setuju (4), 31 (11,5%) untuk jawaban ragu-ragu (3), 8 (3,0%) untuk jawaban tidak setuju dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya respon masyarakat terhadap keseluruhan dimensi struktur iklan sangat positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 85,6%.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
X2	270	4,50

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, Juni 2016.

#### **Rentangan Skala**



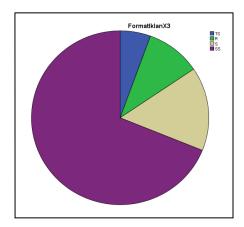
Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan dimensi daya tembus menunjukkan mean 4,50 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya tanggapan responden terhadap dimensi struktur iklan positif.

#### c. Format Iklan (X3)

Tabel 35 Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Format Iklan

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	201	74,4%
Setuju	37	13,7%
Ragu-ragu	27	10,0%
Tidak setuju	5	1,9%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	270	100%

Sumber: Data primer yang Diolah dengan SPSS 20, Juni 2016



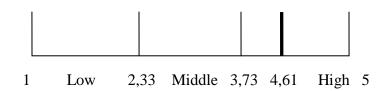
Gambar 32 Pie Chart Dimensi Format Iklan

Berdasarkan tabel 35 dan *pie chart* dimensi format iklan tersebut, jawaban responden terhadap dimensi format iklan yaitu 201 (74,4%) untuk jawaban sangat setuju (5), 37 (17,7%) untuk jawaban setuju, 27 (10,0%) untuk jawaban ragu-ragu (3), 5 (1,9%) untuk jawaban tidak setuju dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya respon masyarakat terhadap keseluruhan dimensi format iklan positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 92,1%.

Mean yang dihasilkan		
Item N Mean		
X3 270 4,61		

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, Juni 2016.

# Rentangan Skala

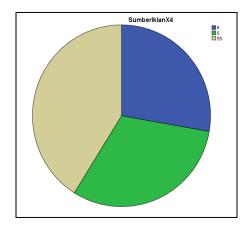


Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan dimensi format iklan menunjukkan mean sebesar 4,61 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya tanggapan responden terhadap dimensi format iklan positif.

#### d. Sumber Iklan (X4)

Tabel 36 Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Sumber Iklan

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	120	44,4%
Setuju	94	34,8%
Ragu-ragu	56	20,7%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	270	100%



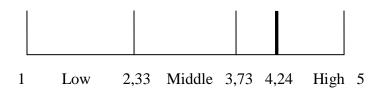
Gambar 33 Pie Chart Dimensi Sumber Iklan

Berdasarkan tabel 36 dan *pie chart* dimensi sumber iklan tersebut, jawaban responden terhadap dimensi sumber iklan yaitu 120 (44,4%) untuk jawaban sangat setuju (5), 94 (34,8%) untuk jawaban setuju, 56 (20,7%) untuk jawaban ragu-ragu (3), tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Artinya respon masyarakat terhadap keseluruhan dimensi sumber iklan positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 79,2%.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
X4	270	4,24

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, Juni 2016.

### **Rentangan Skala**



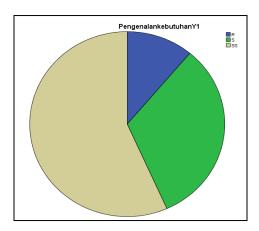
Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan dimensi sumber iklan menunjukkan mean sebesar 4,24 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya tanggapan responden terhadap dimensi sumber iklan positif.

#### 2. Dimensi Keputusan Konsumen (Y)

a. Pengenalan Kebutuhan (Y1)

Tabel 37 Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Pengenalan Kebutuhan

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	129	47,8%
Setuju	92	34,1%
Ragu-ragu	49	18,1%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	270	100%



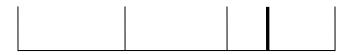
Gambar 34 Pie Chart Dimensi Pengenalan Kebutuhan

Berdasarkan tabel 37 dan *pie chart* dimensi pengenalan kebutuhan tersebut, jawaban responden terhadap dimensi pengenalan kebutuhan yaitu 129 (47,8%) untuk jawaban sangat setuju (5), 92 (34,1%) untuk jawaban setuju, 49 (18,1%) untuk jawaban ragu-ragu (3), tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Artinya respon masyarakat terhadap keseluruhan dimensi pengenalan kebutuhan positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 81,9%.

Mean yang dihasilkan		
Item	N Mean	
Y1	270	4,30

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, Juni 2016.

#### Rentangan Skala



1 Low 2,33 Middle 3,73 4,30 High 5

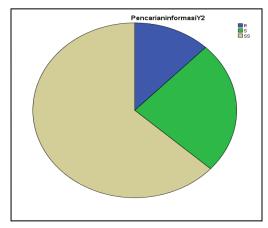
Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan dimensi pengenalan kebutuhan menunjukkan mean sebesar 4,30 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya tanggapan responden terhadap dimensi pengenalan kebutuhan positif.

#### b. Pencarian Informasi (Y2)

Tabel 38 Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Pencarian Informasi

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	168	62,2%
Setuju	71	26,3%
Ragu-ragu	31	11,5%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	270	100%

Sumber: Data primer yang Diolah dengan SPSS 20, Juni 2016



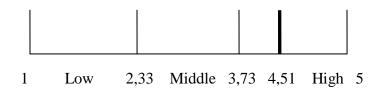
Gambar 35 Pie Chart Dimensi Pencarian Informasi

Berdasarkan tabel 38 dan *pie chart* dimensi pencarian informasi tersebut, jawaban responden terhadap dimensi pencarian informasi yaitu 168 (62,2%) untuk jawaban sangat setuju (5), 71 (26,3%) untuk jawaban setuju, 31 (11,5%) untuk jawaban ragu-ragu (3), tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Artinya respon masyarakat terhadap keseluruhan dimensi pencarian informasi positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 88,5%.

Mean yang dihasilkan		
Item	n N Mean	
Y2	270	4,51

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, Juni 2016.

#### **Rentangan Skala**

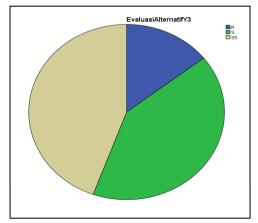


Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan dimensi pencarian informasi menunjukkan mean sebesar 4,51 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya tanggapan responden terhadap dimensi pencarian informasi positif.

#### c. Evaluasi Alternatif (Y3)

Tabel 39 Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Evaluasi Alternatif

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	130	48,1%
Setuju	103	38,1%
Ragu-ragu	37	13,7%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	270	100%



Gambar 36 Pie Chart Dimensi Evaluasi Alternatif

Berdasarkan tabel 39 dan *pie chart* dimensi evaluasi alternatif tersebut, jawaban responden terhadap dimensi evaluasi alternatif yaitu 130 (48,1%) untuk jawaban sangat setuju (5), 103 (38,1%) untuk jawaban setuju, 37 (13,7%) untuk jawaban raguragu (3), tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Artinya respon masyarakat terhadap keseluruhan dimensi evaluasi alternatif positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 86,2%.

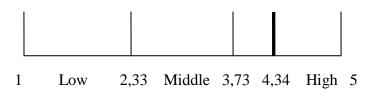
Mean yang dihasilkan

Item N Mean

Y3 270 4,34

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, Juni 2016.

## Rentangan Skala



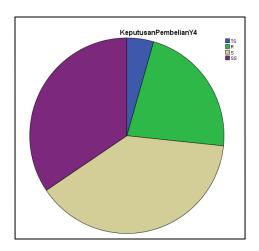
Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan dimensi pencarian informasi menunjukkan mean sebesar 4,34 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya tanggapan responden terhadap dimensi evaluasi alternatif positif.

## d. Keputusan Pembelian (Y4)

Tabel 40 Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Keputusan Pembelian

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	93	34,4%
Setuju	96	35,6%
Ragu-ragu	71	26,3%
Tidak setuju	10	3,7%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	270	100%

Sumber: Data primer yang Diolah dengan SPSS 20, Juni 2016



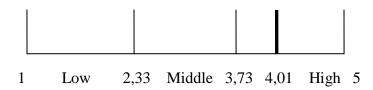
Gambar 37 Pie Chart Dimensi Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 40 dan *pie chart* dimensi keputusan pembelian tersebut, jawaban responden terhadap dimensi keputusan pembelian yaitu 93 (34,4%) untuk jawaban sangat setuju (5), 96 (35,6%) untuk jawaban setuju, 71 (26,3%) untuk jawaban ragu-ragu (3), 10 (3,7%) untuk jawaban tidak setuju dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya respon masyarakat terhadap keseluruhan dimensi keputusan pembelian positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 70%.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
Y4	270	4,01

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, Juni 2016.

# Rentangan Skala



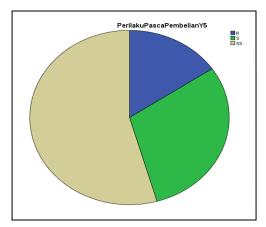
Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan dimensi keputusan pembelian menunjukkan mean sebesar 4,01 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya tanggapan responden terhadap dimensi keputusan pembelian positif.

## e. Perilaku Pasca Pembelian (Y5)

Tabel 41 Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Prilaku Pasca Pembelian

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	115	42,6%
Setuju	98	36,3%
Ragu-ragu	57	21,1%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	270	100%

Sumber: Data primer yang Diolah dengan SPSS 20, Juni 2016



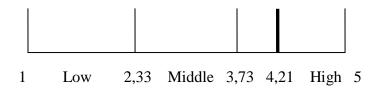
Gambar 38 Pie Chart Dimensi Prilaku Pasca Pembelian

Berdasarkan tabel 41 dan *pie chart* dimensi prilaku pasca pembelian tersebut, jawaban responden terhadap dimensi prilaku pasca pembelian yaitu 115 (42,6%) untuk jawaban sangat setuju (5), 98 (36,3%) untuk jawaban setuju, 57 (21,1%) untuk jawaban ragu-ragu (3), tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Artinya respon masyarakat terhadap keseluruhan dimensi prilaku pasca pembelian positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 78,9%.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
Y5	270	4,21

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, Juni 2016.

# Rentangan Skala



Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan dimensi prilaku pasca pembelian menunjukkan mean sebesar 4,21 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya tanggapan responden terhadap dimensi prilaku pasca pembelian positif.

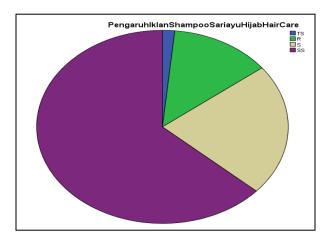
## E. Analisis Variabel X dan Y

## 1. Pengaruh Iklan Shampoo "sariayu hijab hair care" (X)

Tabel 42 Persentase Jawaban Responden terhadap Variabel X

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	685	63,4%
Setuju	238	22,0%
Ragu-ragu	140	13,0%
Tidak setuju	17	1,6%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	1080	100%

Sumber: Data primer yang Diolah dengan SPSS 20, Juni 2016



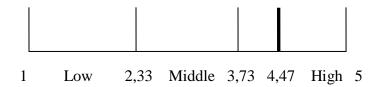
Gambar 39 Pie Chart Jawaban Variabel X

Berdasarkan tabel 42 dan *pie chart* tersebut, total keseluruhan jawaban responden terhadap variabel X (penagruh iklan shampoo "*sariayu hijab hair care*") yaitu 685 (63,4%) untuk jawaban sangat setuju (5), 238 (22,0%) untuk jawaban setuju (4), 140 (13,0%) untuk jawaban ragu-ragu (3), 17 (1,6%) untuk jawaban tidak setuju (2), tidak ada jawaban sangat tidak setuju. Artinya respon masyarakat terhadap keseluruhan variabel X positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 85,4%.

Mean yang dihasilkan			
Item	N	Mean	
X	1080	4,47	

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, Juni 2016.

#### Rentangan Skala



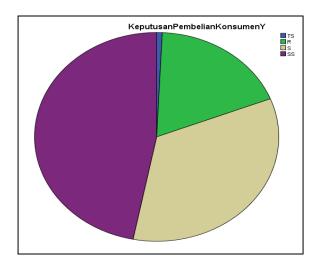
Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa variabel X menunjukkan mean sebesar 4,47 dan berada di rentang skala high (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya tanggapan responden terhadap keseluruhan variabel X positif.

## 2. Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Tabel 43 Persentase Jawaban Responden terhadap Variabel Y

reisentase sawaban Kesponden ternadap variaber i				
Keterangan	Frekuensi	Persentase		
Sangat setuju	635	46,9%		
Setuju	461	34,4%		
Ragu-ragu	248	18,3%		
Tidak setuju	10	7%		
Sangat tidak setuju	0	0%		
Total	1354	100%		

Sumber: Data primer yang Diolah dengan SPSS 20, Juni 2016



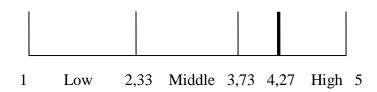
Gambar 40 Pie Chart Jawaban Variabel Y

Berdasarkan tabel 43 dan *pie chart* tersebut, total keseluruhan jawaban responden terhadap variabel Y (keputusan pembelian konsumen) yaitu 635 (46,9%) untuk jawaban sangat setuju (5), 461 (34,4%) untuk jawaban setuju (4), 248 (18,3%) untuk jawaban ragu-ragu (3), 10 (7%) untuk jawaban tidak setuju (2), tidak ada

jawaban sangat tidak setuju. Artinya respon masyarakat terhadap keseluruhan variabel Y positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 81,3%.

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, Juni 2016.

### Rentangan Skala



Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa variabel Y menunjukkan mean sebesar 4,27 dan berada di rentang skala high (tinggi) dengan range 3,73 sampai 5, artinya tanggapan responden terhadap keseluruhan variabel Y positif.

## F. Uji Hipotesis Statistik

## 1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Setiap regresi dipastikan terdapat korelasinya, menurut Mustikoweni dalam buku *Teknik Praktis Riset Komunikasi* oleh Rachmat Kriyantono menyatakan bahwa regresi ditujukan untuk mencari bentuk hubungan dua variabel atau lebih dalam bentuk fungsi atau persamaan sedangkan analisis korelasi bertujuan untuk mencari

derajat keeratan hubungan dua variabel atau lebih<sup>3</sup>. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh antara variabel X dan Y dalam bentuk persamaan, digunakanlah rumus statistik regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS versi 20, yaitu sebagai berikut:

Tabel 44 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana (Variabel Iklan Shampoo *Sariayu Hijab Hair Care* – Keputusan Pembelian Konsumen)

	Coefficients <sup>a</sup>					
M	odel	el Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		В	Std. Error	Beta		
	(Constant)	1,941	,056		34,945	,000
1	(X) Iklan Shampoo					
•	Sariayu Hijab Hair	,585	,012	,825	47,855	,000
	Care					

a. Dependent Variable: (Y) Keputusan Pembelian Konsumen

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, Juni 2016.

Berdasarkan tabel 44 tersebut, diketahui besarnya nilai t = 47,855 sedangkan besar signifikasinya sebesar = 0,000 lebih kecil dari signifikan 0,05 artinya nilai tersebut signifikan karena kurang dari 0,05. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel iklan shampoo *sariayu hijab hair care* terhadap keputusan pembelian konsumen. Dari tabel tersebut dapat dilihat pada kolom B (constan) nilainya sebesar 1,941 sedangkan untuk nilai iklan shampoo *sariayu hijab hair care* 

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup>Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset komunikasi*, (Jakarta: Prenada media Group, 2006), Cet Ke-2, h. 179.

adalah 0,585 sehingga diperoleh persamaan regresi linier sederhana (pengaruh iklan shampoo *sariayu hijab hair care* – keputusan pembelian konsumen).

$$Y = a + bX$$

Jadi, 
$$Y = 1,941 + 0,585X$$

Setelah mengetahui kedua variabel X berpengaruh terhadap Y, selanjutnya menentukan besarnya korelasi atau hubungan antara variabel X dan Y seperti pada tabel berikut:

Tabel 45 Pengaruh Iklan Shampoo *Sariayu Hijab Hair Care* — Keputusan Pembelian Konsumen

Model Summary <sup>b</sup>				
Statistics				
			Adjusted R	Std. Error of
Model	R	R Square	Square	the Estimate
1	.825 <sup>a</sup>	.680	.680	312

a. Predictors: (Constant), X (Iklan Shampoo *Sariayu Hijab Hair Care*)

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, Juni 2016.

Berdasarkan tabel 45 tersebut diketahui bahwa pada kolom R square diperoleh nilai 0,680 (68,0%) hal ini menunjukkan iklan shampoo *sariayu hijab hair care* memiliki pengaruh sebesar 68,0% terhadap keputusan pembelian konsumen. Sedangkan sisanya 32,0% hasil keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor lain di luar dari penelitian ini.

Untuk mengetahui seberapa kuat hubungan atau pengaruh variabel X terhadap Y, maka digunakanlah nilai koefisien korelasi, yaitu:

b. Dependent Variable: Y (Keputusan Pembelian Konsumen)

Tabel 46
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Cukup
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Berdasarkan nilai koefisien korelasi tersebut<sup>4</sup>, maka nilai 0,680 termasuk korelasi yang kuat dan sifat hubungannya positif.

#### 2. Uji Hipotesis (Uji t)

Setelah koefisien regresi diperoleh, maka dilakukanlah uji hipotesis yaitu uji t untuk menguji perbedaan dua sampel pada variabel interval/rasio<sup>5</sup>. Dan untuk mengetahui apakah pengaruh antara variabel X dengan Y signifikan atau tidak signifikan.

Berdasarkan tabel 44 pada halaman 131, diketahui bahwa angka 0,825 pada *Standardized Coefficients* (Beta) menunjukkan tingkat korelasi antara iklan shampoo *sariayu hijab hair care* dan keputusan pembelian konsumen. Sedangkan nilai t sebesar 47,855 digunakan untuk pengujian hipotesis apakah ada pengaruh yang signifikan atau tidak signifikan antara iklan shampoo *sariayu hijab hair care* terhadap keputusan pembelian konsumen.

<sup>5</sup> *Ibid.*, h. 184.

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup>Riduwan, *Pengantar Statistika Sosial*, (Bandung: Alfabeta, 2012), Cet, Ke-3, h. 218.

Maka untuk pengujian nilai t dengan merumuskan hipotesis sebagai berikut<sup>6</sup>:

## a. Hipotesis yang dirumuskan

Ho (Hipotesis Nihil) : Tidak ada pengaruh iklan shampoo sariayu hijab hair care terhadap keputusan pembelian konsumen.

Ha (Hipotesis Alternatif) : Ada pengaruh iklan shampoo *sariayu* hijab hair care terhadap keputusan pembelian konsumen.

### b. Kriteria pengujian (berdasarkan nilai t)

- 1. Jika nilai t hitung < t tabel 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak.
- 2. Jika nilai t hitung > t tabel 0,05 maka Ha diterima dan Ho ditolak. Untuk menghitung nilai t tabel dengan uji dua pihak karena hipotesis tidak menunjukkan arah tertentu<sup>7</sup>. Dengan signifikansi = 0.855/2 (uji dua pihak)= 0.4275 dengan df ( $degree\ of\ freedom$ )<sup>8</sup> = n-2 = 90-2 = 88. Maka t tabel adalah 1.698 (lihat tabel t).

#### 3. Kesimpulan

Dari hasil analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan program SPSS versi 20 diperoleh harga t hitung sebesar 47,885 > 1,698 dan signifikansi adalah 0,000 maka Ha diterima dan Ho ditolak, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh iklan shampoo sariayu *hijab hair care* terhadap keputusan pembelian konsumen.

<sup>7</sup> Syofian Siregar, *Op. Cit.*, h.158.

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Riduwan, Op. Cit., h. 144.

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup> Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), Cet Ke-24, h. 285.

#### 3. Pembahasan

Responden dalam penelitian ini yaitu muslimah berhijab di Kelurahan Pahlawan Kecamatan Kemuning yang berdasarkan usia dari 18 tahun sampai 40 tahun sebanyak 90 responden yang dibagikan kuesioner. Kuesioner tersebut terdiri dari 27 pertanyaan, yaitu 12 pertanyaan untuk variabel Iklan Shampoo *Sariayu Hijab Hair Care* (X) dan 15 pertanyaan untuk variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y). Untuk mengetahui pengaruh iklan shampoo sariayu hijab hair care terhadap keputusan pembelian konsumen, penelitian ini telah melakukan perhitungan dengan bantuan program SPSS versi 20 dan untuk menguji hipotesis digunakan regresi linier sederhana. Penjelasannya sebagai berikut:

- a. Pada tabel 33 respon muslimah terhadap dimensi pesan iklan (variabel X) positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 88,9%. Dan berada di rentang skala tinggi dengan mean sebesar 4,54.
- b. Pada tabel 34 respon muslimah terhadap dimensi struktur iklan (variabel X) positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 85,6%. Dan berada di rentang skala tinggi dengan mean sebesar 4,50.
- c. Pada tabel 35 respon muslimah terhadap dimensi format iklan (variabel X) positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 92,1%. Dan memiliki nilai mean terbesar yaitu 4,61 diantara dimensi pesan iklan, struktur iklan, dan sumber iklan.

- d. Pada tabel 36 respon muslimah terhadap dimensi sumber iklan (variabel X) positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 79,2%. Dan memiliki nilai mean terbesar yaitu 4,24.
- e. Pada tabel 37 respon muslimah terhadap dimensi pengenalan kebutuhan (variabel Y) positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 81,9%. Dan berada di rentang skala tinggi dengan nilai mean 4,30.
- f. Pada tabel 38 respon muslimah terhadap dimensi pencarian informasi (variabel Y) positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 88,5% dan memiliki nilai mean paling besar diantara dimensi pengenalan kebutuhan, evaluasi alternatif, keputusan konsumen serta prilaku pasca pembelian yaitu sebesar 4,51.
- g. Pada tabel 39 respon muslimah terhadap dimensi evaluasi alternatif (variabel Y) positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 86,2%. Dan berada di rentang skala tinggi dengan nilai mean 4,34.
- h. Pada tabel 40 respon muslimah terhadap dimensi keputusan konsumen (variabel
   Y) positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 70%. Dan
   berada di rentang skala tinggi dengan nilai mean 4,01.
- Pada tabel 41 respon muslimah terhadap dimensi prilaku pasca pembelian (variabel Y) positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 78,9%. Dan berada di rentang skala tinggi dengan nilai mean 4,21.
- j. Pada tabel 42 secara keseluruhan respon muslimah terhadap variabel X (iklan shampoo *sariayu hijab hair care*) positif dengan nilai jawaban sangat setuju

- dan setuju mencapai 85,4%. Dan berada di rentang skala tinggi dengan nilai mean 4,47.
- k. Pada tabel 43 secara keseluruhan respon muslimah terhadap variabel Y (keputusan pembelian konsumen) positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 81,3%. Dan berada di rentang skala tinggi dengan nilai mean 4,27.
- Dari hasil analisis dengan menggunakan rumus regresi linier sederhana antara iklan shampoo sariayu hijab hair care (X) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) diperoleh persamaan, Y= 1,941 + 0,585X.
- m. Pada tabel 44 pada kolom R square diperoleh nilai 0,680 (68,0%) hal ini menunjukkan iklan shampoo *sariayu hijab hair care* memiliki pengaruh sebesar 68,0% terhadap keputusan pembelian konsumen. Sedangkan sisanya 32,0% hasil keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor lain di luar dari penelitian ini. Artinya besarnya korelasi yang terjadi antara variabel X dan Y berpengaruh positif kuat.
- n. Perbedaan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel yaitu (47,855 > 1,698) dan signifikansi adalah 0,000. Artinya ada pengaruh antara iklan shampoo sariayu hijab hair care terhadap keputusan pembelian konsumen.
- o. Dari hasil hipotesis dalam penelitian ini, telah terjawab bahwa ada pengaruh iklan shampoo sariayu *hijab hair care* terhadap keputusan pembelian konsumen.