

BAB IV

PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1 Profil Sekolah

SMK Negeri 6 Malang yang beralamat di Jalan Ki Ageng Gribig 28 Malang, merupakan sekolah menengah kejuruan berstatus negeri yang resmi didirikan pada tahun ajaran 2002/2003, Ngalamers. Kala itu, sekolah menengah kejuruan negeri ini hanya membuka dua program keahlian, yakni Teknik Mekanik Otomotif dan Teknik Listrik Pemakaian. Kemudian di tahun ajaran 2009/2010, kompetensi keahlian yang dimiliki SMKN 6 Malang semakin bertambah. Diantaranya adalah Teknik Kendaraan Ringan, Teknik Pemanfaatan Tenaga Listrik, Teknik Komputer Jaringan, Teknik Furniture, Teknik Pemesinan, Teknik Gambar Bangunan, dan Rekayasa Perangkat Lunak.

Visi:

Menjadikan mutu tamatan yang menerapkan iman dan taqwa (IMTAQ), ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) dengan kompeten yang berwawasan Lingkungan hidup dan siap kerja dengan standar nasional maupun internasional serta dapat melanjutkan kejenjang pendidikan lebih tinggi.

Misi:

- a. Melaksanakan Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP) melalui pembelajaran normatif, adaptif, dan produktif yang berorientasi pada lingkungan hidup dengan penilaian
- b. berbasis kompetensi.

- c. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui sertifikasi kompetensi, meningkatkan level kualifikasi pendidikan minimal S1/D4 dan S2, sertifikasi asesor dan tenaga
- d. kependidikan.
- e. Mengembangkan potensi peserta didik melalui kegiatan ekstrakurikuler dan pembinaan kedisiplinan.
- f. Meningkatkan akses untuk mendapatkan layanan pendidikan kejuruan bagi masyarakat melalui program perluasan dan pengembangan program keahlian.
- g. Melaksanakan layanan prima dalam pengelolaan sekolah melalui Sistem Manajemen Mutu ISO 9001 : 2000.
- h. Meningkatkan partisipasi warga sekolah terhadap kepedulian lingkungan hidup.

Bab ini menyajikan hasil-hasil temuan empiris sebagai data dasar analisis sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Sebelum hasil-hasil analisis tersebut disajikan, maka terlebih dahulu digambarkan secara rinci karakteristik responden penelitian yang sekaligus mencerminkan profil konsumen produk rokok di SMKN 6 Malang saat penelitian dilakukan. Profil responden digambarkan dari segi psikografis yang diukur dari beberapa indikator penelitian.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah siswa SMKN 6 Malang. Berdasarkan hasil penelitian kepada 80 orang responden melalui kuesioner yang disebarkan telah didapat gambaran karakteristik responden sebagai berikut :

4.2.1.1 Tingkat usia responden

Secara umum rata-rata usia responden adalah 15-18 tahun, secara keseluruhan responden memiliki usia kurang dari 15 tahun sebesar 0%, responden usia 15-18 tahun sebesar 97,50 % dan responden usia 18 tahun ke atas 2,5 % . Hal ini menunjukkan bahwa pada usia tersebut tingkat kebutuhan akan kesehatan semakin meningkat, sehingga menyurutkan niat konsumen untuk mengonsumsi rokok lebih tinggi karena semakin sadar akan resiko dan bahayanya terhadap kesehatan. Sebaran responden menurut usia dapat dilihat pada tabel 4.1.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Prosentase
1	< 15 tahun	0	0%
2	15 - 18 tahun	76	97,50%
3	18 > tahun	4	2,5%
Jumlah		80	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

4.2.1.2 Jenis kelamin responden

Jumlah responden perokok berdasarkan jenis kelamin ternyata responden laki-laki lebih dominan sebesar 100 % sedangkan untuk jenis kelamin perempuan sebanyak 0% . Penelitian ini menggunakan sampel laki – laki karena sesuai dengan target dalam penelitian ini dimana biasanya responden laki – laki lebih memahami masalah – masalah yang berkaitan dengan merokok. Sebaran responden menurut jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.2.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
1	Laki-laki	80	100%
2	Perempuan	0	0%
Jumlah		80	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

4.2.1.3 Intensitas konsumsi responden

Intensitas konsumsi responden untuk rokok di SMKN 6 Malang adalah pernah mencoba dengan 27 responden sebanyak (33,75%), kadang-kadang dengan 34 responden sebanyak (42,50), dan setiap hari dengan 19 responden (23,75%). Jadi, intensitas konsumsi rokok siswa SMKN 6 Malang adalah kadang-kadang dengan persentase (42,50%) dapat dilihat pada tabel 4.3.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Konsumsi

No	Intensitas Konsumsi	Jumlah	Prosentase
1	Pernah mencoba	27	33,75%
2	Kadang-kadang	34	42,50%
3	Setiap hari	19	23,75%
Jumlah		80	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

4.2.1.4 Pengeluaran responden

Tabel 4.4 berikut menunjukkan bahwa responden yang terbanyak adalah pengeluaran kurang dari Rp. 50.000 dengan 74 responden sebesar (92,5%), 2 responden sebesar (2,5%) dengan pengeluaran antara Rp.50.000 – Rp. 75.000, dan 4 responden sebesar (5%) dengan pengeluaran lebih dari Rp.75.000. Jadi pengeluaran terbanyak siswa SMKN 6 Malang adalah kurang dari lima puluh ribu rupiah.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran

No	Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
1.	< Rp. 50.000	74	92,5%
2.	Rp. 50.000 – Rp. 75.000	2	2,5%
3.	> Rp. 75.000	4	5%
Total		80	100 %

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

4.2.1.5 Merk yang digunakan responden

Tabel berikut menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengonsumsi rokok kurang dari 3 merk dengan 64 responden sebanyak (80%), 9 responden mengonsumsi rokok antara 3 – 5 merk sebanyak (11,25%), sedangkan 7 responden mengonsumsi rokok lebih dari lima merk (8,75%). Jadi jumlah merk rokok yang dikonsumsi siswa SMKN 6 adalah kurang dari tiga merk rokok.

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Banyak Merek

No	Pendapatan	Jumlah	Prosentase
1.	< 3 merk	64	80%
2.	3 – 5 merk	9	11,25%
3.	> 5 merk	7	8,75%
		80	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

4.2.2 Gambaran Distribusi Item

Pada bagian ini akan dijabarkan mengenai distribusi item-item variabel psikografis (X), label peringatan (Z), keputusan pembelian (Y).

4.2.2.1 Variabel psikografis

Variabel psikografis terdiri dari 8 item, antara lain 3 item sub variabel aktifitas pada item x1,x2 dan x3. 3 item sub variabel minat pada item x4,x5 dan x6. 2 item sub variabel opini pada item x7 dan x8.

Tabel 4.6
Distribusi Frekuensi Item Aktivitas

	1		2		3		4		5		f	%	Mean
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
X1	18	23%	13	16%	18	23%	21	26%	10	13%	80	100%	2,9
X2	9	11%	13	16%	15	19%	35	44%	8	10%	80	100%	3,2
X3	23	29%	12	15%	29	36%	13	16%	3	4%	80	100%	2,5

X4	13	16%	14	18%	16	20%	20	25%	17	21%	80	100%	3,1
X5	16	20%	20	25%	29	36%	11	14%	4	5%	80	100%	2,5
X6	20	25%	26	33%	17	21%	12	15%	5	6%	80	100%	2,4
X7	10	13%	4	5%	6	8%	24	30%	36	45%	80	100%	3,9
X8	4	5%	11	14%	15	19%	36	45%	14	18%	80	100%	3,5

Dari tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 8 item variabel psikografis, distribusi rata-rata tertinggi jawaban responden terletak pada sub variabel opini (X7) dengan rata-rata 3,9.

4.2.2.2 Variabel label peringatan

Variabel Label Peringatan terdiri dari dua item, antara lain kesadaran tentang bahaya merokok (Z1), informasi akibat merokok (Z2).

Tabel 4.7
Distribusi Frekuensi Item Label Peringatan

Item	1		2		3		4		5		Total		Statistics
	STS		TS		N		S		SS		F	%	Mean
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
Z1	-	-	3	5,5	19	34,5	29	52,7	4	7,3	55	100	3,62
Z2	1	1,8	18	32,7	22	40	12	21,8	2	3,6	55	100	2,93

Dari Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa dari dua item Label Peringatan, distribusi rata-rata tertinggi jawaban responden terletak pada item kesadaran tentang bahaya merokok (Z1) dengan rata-rata 3,62.

4.2.2.3 Variabel keputusan pembelian

Variabel Label Peringatan terdiri dari 3 item, antara lain pembelian rokok dengan label bergambar (Y1), pembelian ulan rokok dengan label bergambar (Y2) dan pandangan tentang merokok (Y3). Adapun penjabaran distribusi item sebagai berikut.

Tabel 4.8
Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian

Item	1 STS		2 TS		3 N		4 S		5 SS		Total		Statistics Mean
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Y1	6	8%	4	5%	12	15%	47	59%	11	14%	80	100%	3,663
Y2	9	11%	3	4%	21	26%	37	46%	10	13%	80	100%	3,450
Y3	7	9%	7	9%	6	8%	44	55%	16	20%	80	100%	3,688

Dari tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari tiga item label peringatan, ditribusi rata-rata tertinggi jawaban responden terletak pada item pandangan konsumen (Y3) dengan rata-rata 3,663. Sedangkan distribusi rata-rata terendah jawaban responden terletak pada item pembelian ulang rokok dengan label bergambar (Y2), dengan rata-rata 3,450.

4.3 Analisis Data

Uji hipotesis penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda, dan uji moderasi dengan menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) atau uji interaksi yaitu menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Untuk menguji hipotesis di atas diperlukan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 16.0 *for windows*. Tingkat kepercayaan yang digunakan dalam perhitungan korelasi linear berganda adalah 95% atau dengan tingkat signifikan 0,05 ($\alpha = 0,05$). Pada analisis regresi linear berganda dilakukan uji F untuk simultan dan uji t untuk parsial. Secara ringkas hasil analisis regresi linier berganda terdapat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.9
Analisis Data Variabel Aktivitas Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel	B (koefisien regresi)	Beta	t hitung	t table	Sig t	Alpha	Hipotesis
Konstanta	2,166	-	1,659	-	0,021	-	-
			2,919				Ho Ditolak
X1	0,385	0,684		1,990	0,049	0,05	Ha Diterima
Z	0,616	0,938	4,937	1,990	0,000	0,05	Ho Ditolak
							Ha Diterima
Moderate	-0,039	-0,950	-2,174	1,990	0,033	0,05	Ho Ditolak
							Ha Diterima
N= 80							
R= 0,600							
R Square= 0,360							

Dari hasil perhitungan pada tabel 4.9 diatas diperoleh nilai t hitung dan nilai signifikansi dari masing-masing variabel yang diujikan pada hipotesis. Adapun hasil yang diperoleh adalah koefisien determinan (*Adjusted R Square*) sebesar 0,335 atau 33,5%, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase pengaruh variabel bebas aktivitas X1, Z, dan moderate terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y), dan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini adalah 33,5%. Sedangkan sisanya yaitu 66,5% dipengaruhi oleh sebab-sebab lain diluar model.

Berdasarkan hasil perhitungan ini diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,166 + 0,385 X1 + 0,616 Z + (-0,039) X1 Z + 1,394$$

$$a = 2,166$$

Nilai konstanta positif menunjukkan pengaruh positif variabel independen (Aktivitas, label peringatan kesehatan dan moderate). Bila variabel independen naik atau berpengaruh dalam satu satuan, maka variabel keputusan pembelian akan naik atau terpenuhi.

$$X_1 = 0,385$$

Merupakan nilai koefisien regresi variabel aktivitas (X_1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) artinya jika kinerja aktivitas (X_1) mengalami kenaikan satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,385 atau 38,5% koefisien bernilai positif artinya antara kinerja aktivitas (X_1) dan keputusan pembelian (Y) hubungan positif. Kenaikan kinerja aktivitas (X_1) akan mengakibatkan kenaikan pada keputusan pembelian (Y)

Tabel 4.10
Analisis Variabel Minat Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel	B (koefisien regresi)	Beta	t hitung	t table	Sign t	Alpha	Hipotesis
Konstanta	3,672	-	2,535	-	0,021	-	-
X2	0,084	0,142	2,349	1,990	0,023	0,05	Ho Ditolak Ha Diterima
Z	0,498	0,760	3,425	1,990	0,001	0,05	Ho Ditolak Ha Diterima
Moderate	-0,015	- 0,950	-0,722	1,990	0,472	0,05	Ho Diterima Ha Ditolak
N= 80							
R= 0,580							

R Square= 0,337

Adjusted R Square= 0,311

Dari hasil perhitungan pada tabel 4.10 diatas diperoleh nilai t hitung dan nilai signifikansi dari masing-masing variabel yang diujikan pada hipotesis. Adapun hasil yang diperoleh adalah koefisien determinan (*Adjusted R Square*) sebesar 0,311 atau 31,1%, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase pengaruh variabel bebas minat X2, Z, dan moderate terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y), dan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini adalah 31,1%. Sedangkan sisanya yaitu 68,9% dipengaruhi oleh sebab-sebab lain diluar model.

Tabel 4.11
Analisis Variabel Opini Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel	B (koefisien regresi)	Beta	t hitung	t table	Sign t	Alpha	Hipotesis
Konstanta	-732	-	-340	-	0,021	-	-
X3	1,007	813	2,506	1,990	0,014	0,05	Ho Ditolak Ha Diterima
Z	1,045	686	3,915	1,990	0,000	0,05	Ho Ditolak Ha Diterima
Moderate	-074	-631	1,593	1,990	0,017	0,05	Ho Diterima Ha Ditolak
N= 80 R= 0,653 R Square= 0,426 Adjusted R Square= 0,403							

Dari hasil perhitungan pada tabel 4.11 diatas diperoleh nilai t hitung dan nilai signifikansi dari masing-masing variabel yang diujikan pada hipotesis. Adapun hasil yang diperoleh adalah koefisien determinan (*Adjusted R Square*) sebesar 0,403 atau 40,3%, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase pengaruh variabel bebas opini X3, Z, dan moderate terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y), dan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini adalah 40,3%. Sedangkan sisanya yaitu 59,7% dipengaruhi oleh sebab-sebab lain diluar model. Berdasarkan tabel ini diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = (-732) + 1,167X_3 + 1,025Z + (-0,111)X_2Z + 1,239.$$

$$a = -732$$

Nilai konstanta negative menunjukkan pengaruh negative variabel independen (opini, label peringatan kesehatan dan keputusan pembelian). Bila variabel independen naik atau berpengaruh dalam satu satuan, maka variabel keputusan pembelian akan naik atau terpenuhi.

$$X_3 = 1,007$$

Merupakan nilai koefisien regresi variabel opini (X3) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) artinya jika kinerja opini (X3) mengalami kenaikan satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 1,007 koefisien bernilai positif artinya antara kinerja opini (X3) dan keputusan pembelian (Y) hubungan positif. Kenaikan kinerja opini (X3) akan mengakibatkan kenaikan pada keputusan pembelian (Y)

Tabel 4.12
Rekapitulasi Analisis Regresi Linier Z dengan Y

Variabel	B (koefisien)	Beta	t	t	Sig t	Alph	Hipotesis
Konstanta	3,603	-	2,951	-	0,004	-	-
z	0,858	0,563	6,014	1,990	0,000	0,05	Ho Ditolak Ha Diterima
N= 80				F hitung= 36.171			
R= 0,563				F Tabel= 3,969			
R Square= 0,317				Sig F= 0,000			

Uji hipotesis regresi linier yaitu menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan uji f dan uji t. Dari hasil perhitungan pada tabel 4.12 diatas dapat dinilai t hitung 6,014 > F tabel 3,969 sedangkan signifikansi 0,000 < dari alpha pada taraf 5% atau 0,05. Sehingga Ha yang berbunyi terdapat pengaruh label peringatan kesehatan pada produk rokok berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk rokok berlabel peringatan kesehatan diterima. Sedangkan H0 yang berbunyi tidak pengaruh label peringatan kesehatan pada produk rokok berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk rokok berlabel peringatan kesehatan ditolak, artinya variabel bebas (Z) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

Koefisien determinan (*Adjusted R Square*) sebesar 0,308 atau 30,8%, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase pengaruh variabel bebas (Z) terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y), dan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini adalah 30,8%. Sedangkan sisanya yaitu 69,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang

tidak diteliti. Berdasarkan tabel ini diperoleh model persamaan regresi $Y=3,603 + 0,858 z_1$.

4.3.1 Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	210.594	3	70.198	16.355	.000 ^a
	Residual	326.206	76	4.292		
	Total	536.800	79			

a. Predictors: (Constant), moderate1, z, x1

b. Dependent Variable: y

Uji Anova atau *F test* menghasilkan nilai F hitung sebesar 16,355 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena probabilitas signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Y atau dapat dikatakan bahwa X1, Z, dan moderat1 secara bersama-sama berpengaruh terhadap Y.

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	232.857	3	77.619	19.408	.000 ^a
	Residual	303.943	76	3.999		
	Total	536.800	79			

a. Predictors: (Constant), moderate2, z, x2

b. Dependent Variable: y

Uji Anova atau *F test* menghasilkan nilai *F* hitung sebesar 19,408 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena probabilitas signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi *Y* atau dapat dikatakan bahwa *X*₂, *Z*, dan moderat₂ secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Y*.

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	228.640	3	76.213	18.796	.000 ^a
	Residual	308.160	76	4.055		
	Total	536.800	79			

a. Predictors: (Constant), moderate₃, z, x₃

b. Dependent Variable: y

Uji Anova atau *F test* menghasilkan nilai *F* hitung sebesar 18,796 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena probabilitas signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi *Y* atau dapat dikatakan bahwa *X*₃, *Z*, dan moderat₃ secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Y*.

4.3.2 Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji *t* Statistik)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.166	1.306		1.659	.101
	x ₁	.385	.200	.684	2.919	.049

z	.616	.125	.938	4.937	.000
Moderate1	-.039	.018	-.950	-2.174	.033

a. Dependent Variable: y

Variabel X1 memberikan nilai koefisien parameter sebesar ,385 dengan tingkat signifikansi 0,033 ($<0,05$). Variabel Z memberikan nilai koefisien parameter sebesar ,616 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Variabel moderatel memberikan nilai koefisien parameter sebesar -0,039 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,033 ($<0,05$). Variabel moderat1 yang merupakan interaksi antara X1 dan Z ternyata signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1 merupakan variabel *moderating*.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.672	1.560		2.353	.021
	x2	.084	.236	.142	3.367	.023
	z	.498	.145	.760	3.425	.001
	Moderate2	-.015	.020	-.366	-.722	.472

a. Dependent Variable: y

Variabel X2 memberikan nilai koefisien parameter sebesar ,084 dengan tingkat signifikansi 0,023 ($<0,05$). Variabel Z memberikan nilai koefisien parameter sebesar ,498 dengan tingkat signifikansi 0,001 ($< 0,05$). Variabel moderate2 memberikan nilai koefisien parameter sebesar -0,015 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,472 ($>0,05$). Variabel moderat2 yang merupakan interaksi antara X2 dan Z

ternyata tidak signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X2 bukan merupakan variabel *moderating*.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.191	1.406		-1.558	.123
	x3	1.167	.227	1.437	5.137	.027
	z	1.025	.149	1.562	6.859	.014
	Moderate3	-.111	.022	-2.093	-5.047	.000

a. Dependent Variable: y

Variabel X3 memberikan nilai koefisien parameter sebesar 1,167 dengan tingkat signifikansi 0,027 ($<0,05$). Variabel Z memberikan nilai koefisien parameter sebesar 1,025 dengan tingkat signifikansi 0,014 ($<0,05$). Variabel moderate2 memberikan nilai koefisien parameter sebesar -0,111 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$). Variabel moderat3 yang merupakan interaksi antara X3 dan Z ternyata signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X3 merupakan variabel *moderating*.

4.3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk perhitungan validitas dan reliabilitas instrumen item masing-masing variabel pada penelitian yang dilakukan menggunakan program *SPSS 16.0 for Windows*.

4.3.3.1 Uji Validitas

Pengujian validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi *Product Moment* dan dianggap valid jika nilai $r \geq 0,60$ maka instrumen tersebut dapat dikatakan valid dan apabila nilai $r \leq 0,60$ maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid atau jika $P \leq 0,05$ maka pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid dan apabila $P \geq 0,05$ maka pertanyaan tersebut dapat dikatakan tidak valid.

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	No Item	r	Keterangan
1.	Psikografis (X)	X1	0,916	Valid
		X2	0,845	Valid
		X3	0,833	Valid
		X4	0,881	Valid
		X5	0,652	Valid
		X6	0,602	Valid
		X7	0,816	Valid
		X8	0,751	Valid
2.	Label Peringatan (Z)	Z1	0,973	Valid
		Z2	0,973	Valid
3.	Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,820	Valid
		Y2	0,835	Valid
		Y3	0,775	Valid

4.3.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan konsistensi alat ukur yang digunakan atau sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan.

Tabel 4.14
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronsbach's Alpha	Keterangan
1	Psikografis (X)	0,780	Reliabel
2	Label Peringatan (Z)	0,927	Reliabel
3	Keputusan Pembelian (Y)	0,799	Reliabel

Hasil uji reliabilitas dinyatakan reliabel jika hasil perhitungan memiliki koefisien keandalan (*reliabilitas*) sebesar $\alpha \geq 0,06$, (Ghozali, 2005 : 42).

4.3.3.3 Uji Asumsi Klasik

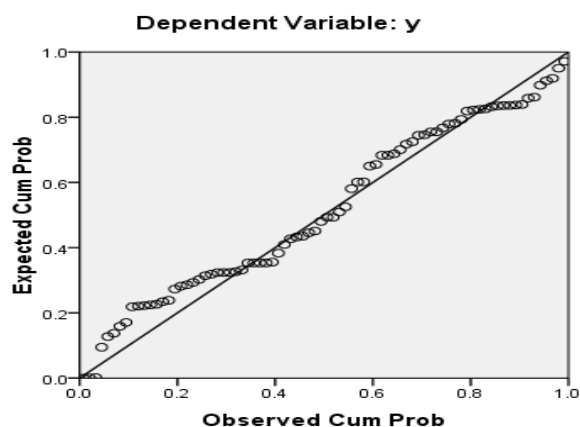
Pengujian ini dilakukan untuk menguji penyimpangan asumsi klasik terhadap model regresi yang telah diolah yang meliputi:

4.3.3.4 Uji Normalitas

Uji normalitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi secara normal atau tidak. Hasil dari data yang diperoleh bisa dilihat pada tabel berikut.

Grafik 4.1
Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan mengikuti tidak arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal.

Dari analisis kurva diatas data menyebar disekitar dan mengikuti arah garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diolah adalah data berdistribusi normal, sehingga dapat dikatakan uji normalitas terpenuhi.

4.3.3.5 Uji Multikolinieritas

Tabel 4.15
Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.367	.729		8.735	.000		
x1	.022	.093	.039	.237	.813	.423	2.367
x2	-.054	.098	-.092	-.552	.582	.418	2.395
x3	.305	.100	.375	3.054	.003	.761	1.314

a. Dependent

Variabel: y

- a. $VIF > 10$ terjadi multikolinieritas
- b. $VIF < 10$ tidak terjadi multikolinieritas

Kesimpulan Uji Multikolinieritas terpenuhi

4.3.3.6 Uji Autokorelasi

Tabel 4.16
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.356 ^a	.127	.092	1.62905	.127	3.680	3	76	.016	1.874

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

b. Dependent Variabel: y

- a. Angka D – W dibawah -2 berarti ada auto korelasi positif
 - b. Angka D – W diatas +2 berarti ada auto korelasi negative
 - c. Angka D – W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada auto korelasi
- Angka D – W sebesar 1.874 artinya adalah uji autokorelasi terpenuhi.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

4.4.1 Analisis dan Intepretasi Regresi Psikografi terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis regresi linear pada tabel 4.11 maka dihasilkan persamaan regresi linier $Y = 6,582 + 0,173 x1$.

Hasil analisis tersebut akan diinterpretasikan sebagai berikut konstanta 6,582 menyatakan bahwa bila tidak ada tidak ada nilai pada variabel psikografis maka nilai partisipasi sebesar 6,582. Koefisien regresi x sebesar 0,173 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai psikografis maka nilai partisipasi bertambah sebesar 0,173 atau sebesar 17,3 %.

4.4.2 Analisis dan Interpretasi Regresi Label Peringatan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis regresi linear pada tabel 4.13 maka dihasilkan persamaan regresi linier $Y=3,603 + 0,858 z_1$.

Hasil analisis tersebut akan diinterpretasikan sebagai berikut konstanta 3,603 menyatakan bahwa bila tidak ada nilai pada variabel psikografis maka nilai partisipasi sebesar 3,603. Koefisien regresi z sebesar 0,173 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai psikografis maka nilai partisipasi bertambah sebesar 0,858 atau sebesar 85,8 %.

4.4.3 Analisis Moderasi Hubungan antara Psikografis dengan Keputusan Pembelian

Berdasarkan Uji regresi moderasi dengan menggunakan moderated regression analysis (MRA) pada tabel 4.13 tersebut dapat diketahui bahwa:

Nilai aktifitas (X1) t hitung 2.919 > t tabel 0.678 dengan signifikan .049, kemudian nilai minat (X2) t hitung 3.367 > t tabel 0.678 dengan signifikan 0,23, dan nilai opini (X3) t hitung 5.137 > t tabel 0.678 dengan signifikan 000. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel bebas berupa aktifitas (X1), minat (X2), opini (X3) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).