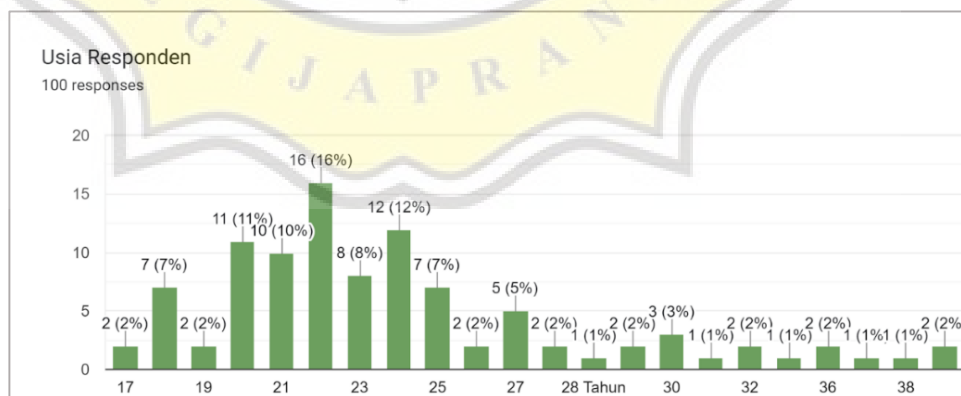


## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Analisis Data Responden

Kuesioner dalam penelitian ini penulis buat menggunakan *Google Forms*, lalu pada tanggal 25 Oktober 2022 di unggah ke komunitas virtual *Indonesia Mechanical Keyboard Group* di Facebook. Kuesioner langsung penulis bagikan ke dalam sebuah unggahan di forum grup yang ada, tidak melalui pesan langsung atau pun *direct message*, sehingga para anggota yang sedang membaca unggahan di IMKG dapat langsung melihat dan mengisinya jika bersedia. Pengumpulan data membutuhkan waktu kurang dari 2 minggu, tepat pada 4 November 2022, responden yang terkumpulkan sudah genap 100 orang. Seperti pada gambar 4.1, rentan usia responden adalah 17-39 Tahun. Di mana usia terbanyak didominasi dengan usia 20-25 tahun.



Gambar 4. 1 Rentang Usia Responden

Sumber: Olahan Data Pribadi (2022)

Responden dalam penelitian ini tersebar dari berbagai wilayah di Indonesia, seperti Semarang, Jakarta, Bandung, Depok, Tangerang, Batam, Bogor, Tulungagung, Pekanbaru, Tarakan, dan lainnya. Terdapat total 100 responden yang peneliti gunakan, dimana sebesar 94% merupakan responden laki-laki dan sisanya perempuan. Hal tersebut menunjukkan bahwa *mechanical keyboard* ini lebih digemari di kalangan laki-laki. Kuesioner ini penulis bagikan langsung ke komunitas virtual IMKG di *Facebook*.

#### 4.2 Analisis Jawaban Responden

Tabel 4. 1 Data Jawaban Responden Variabel Kelompok Referensi (X)

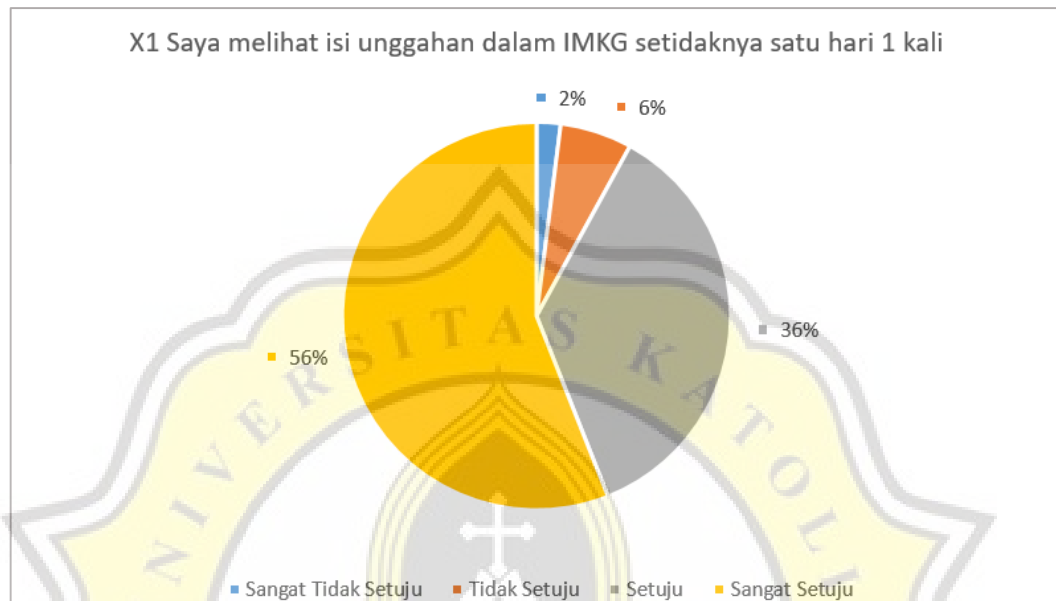
Variabel	Item	Tanggapan							
		STS	%	TS	%	S	%	SS	%
Kelompok Referensi	X1	2	2%	6	6%	36	36%	56	56%
	X2	19	19%	32	32%	27	27%	22	22%
	X3	31	31%	40	40%	23	23%	6	6%
	X4	4	4%	15	15%	26	26%	55	55%
	X5	12	12%	21	21%	28	28%	39	39%
	X6	0	0%	1	1%	21	21%	78	78%
	X7	1	1%	9	9%	41	41%	49	49%
	X8	1	1%	13	13%	39	39%	47	47%
	X9	0	0%	0	0%	33	33%	67	67%
	X10	2	2%	6	6%	42	42%	50	50%
	X11	1	1%	5	5%	41	41%	53	53%

Sumber: Data Olahan Peneliti (2022)

Tabel 4.1 di atas menunjukkan data yang didapatkan dari responden terhadap kuesioner yang dibagikan. Data dari pernyataan variabel X itu dapat dilihat tidak semuanya mendapatkan jawaban Setuju/Sangat Setuju. Ada beberapa pernyataan yang didominasi jawaban Sangat Tidak Setuju/Tidak Setuju, seperti pada pernyataan X2 yang berisi pernyataan memiliki *mechanical keyboard* harus masuk ke grup IMKG & X3 yang berisi pernyataan menjadi anggota dari IMKG setidaknya harus memiliki satu *mechanical keyboard*. Kedua pernyataan tersebut masuk di dalam indikator pengaruh normatif di variabel kelompok referensi. Namun ada juga pernyataan yang sangat didominasi oleh Setuju/Sangat Setuju, seperti pada pernyataan X6 yang berisi IMKG memenuhi kebutuhan saya untuk mencari informasi tentang *mechanical keyboard* & X9 yang berisi informasi pengalaman pengguna terhadap suatu brand *mechanical keyboard* bisa didapatkan di IMKG.

Pada pernyataan X2, dapat diperlihatkan pengaruh normatif yang dilihat dari keharusan untuk masuk ke IMKG jika memiliki *mechanical keyboard* tidak disetujui oleh 51% responden. Lalu X3 juga mengenai pengaruh normatif jika menjadi anggota IMKG harus memiliki satu *mechanical keyboard* mayoritas juga tidak disetujui oleh 71% responden yang ada. Menilik pernyataan X6 & X9 peneliti dapat melihat bahwa pengaruh informasi didalam kelompok referensi itu ada di komunitas ini. Para responden merasa bahwa informasi mengenai *mechanical keyboard* di IMKG ini memenuhi kebutuhan informasi mereka. Begitu juga informasi

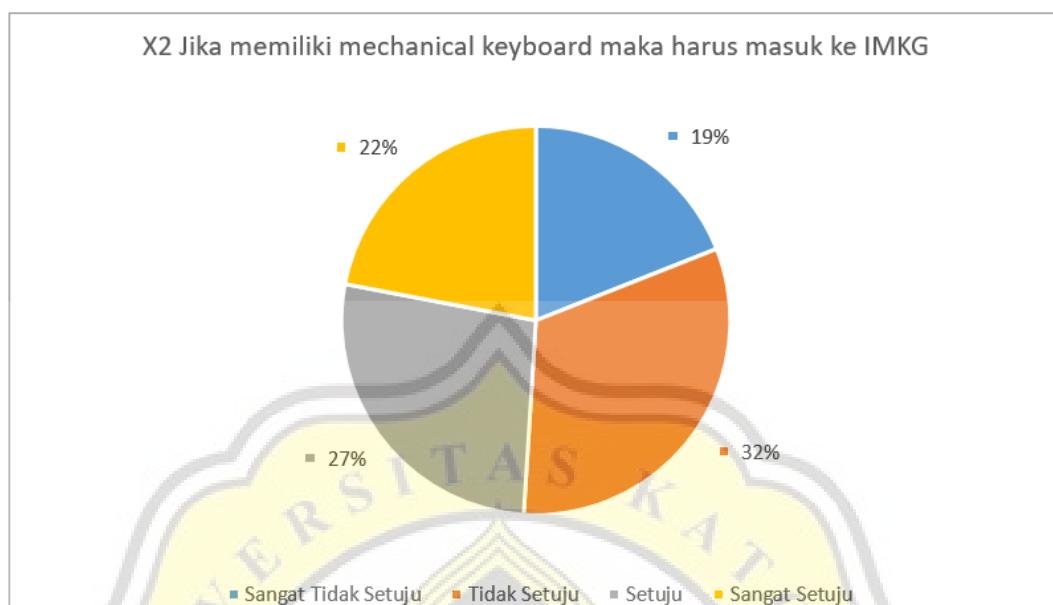
mengenai pengalaman pengguna terhadap suatu produk *mechanical keyboard* bisa didapatkan di dalam komunitas virtual ini.



Gambar 4. 2 Pernyataan X1 Variabel Kelompok Referensi

Sumber: Olahan Data Pribadi (2022)

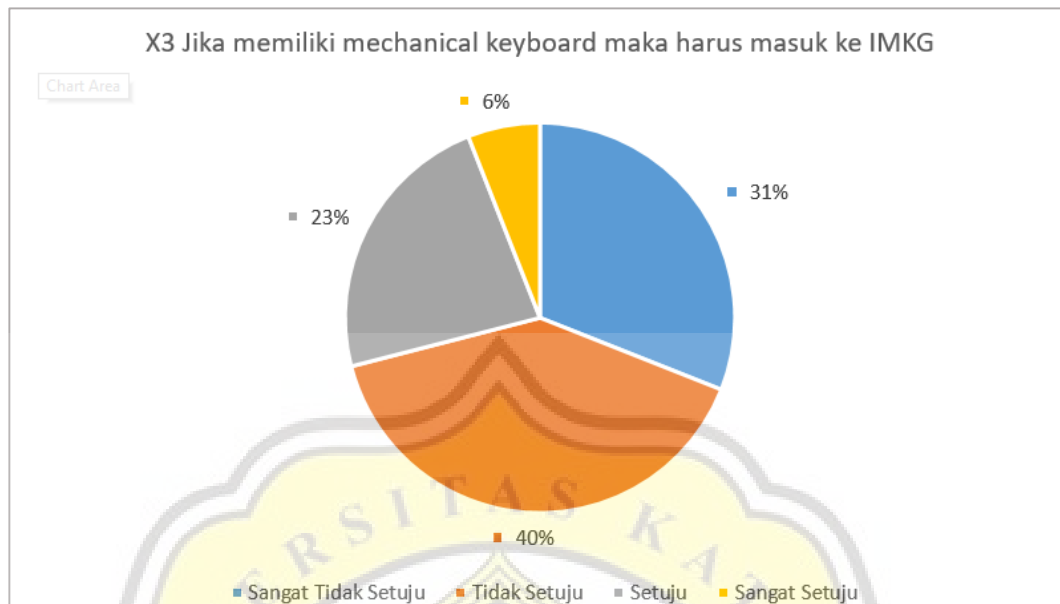
Pada pernyataan pertama X1 variabel X, dapat dilihat respon didominasi oleh jawaban Sangat Setuju. Dengan persentase sangat setuju 56%, setuju 36% dengan item pernyataan tersebut. Sedangkan 6% tidak setuju, dan 2% sangat tidak setuju dengan pernyataan yang ada. Pernyataan ini membuktikan bahwa para responden paling tidak membuka komunitas itu paling tidak satu hari sekali. Ini memperlihatkan responden mempunyai ikatan dengan komunitas ini untuk mencari referensi mengenai *mechanical keyboard*.



Gambar 4. 3 Pernyataan X2 Variabel Kelompok Referensi

Sumber: Data Olahan Pribadi (2022)

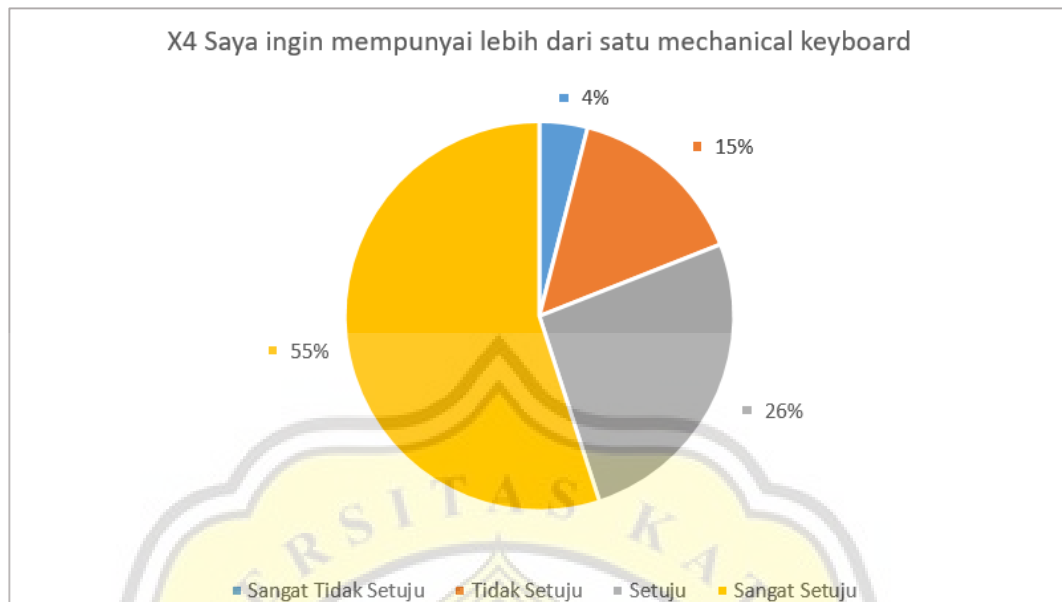
Gambar 4.3 menunjukkan hasil data dari pernyataan X2 variabel X. Pernyataan ini mengenai apakah mempunyai *mechanical keyboard* harus masuk ke komunitas IMKG ini. Dalam pernyataan ini, menunjukkan hasil bahwa 19% sangat tidak setuju, dan 32% tidak setuju dengan pernyataan ini. Sedangkan 27% setuju, dan 22% sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Di pernyataan ini, tidak setuju dan sangat tidak setuju lebih banyak dari yang setuju, walaupun tidak dengan selisih yang signifikan. Ini melihat bahwa memang beberapa orang berpikir mempunyai *mechanical keyboard* tidak harus masuk ke komunitas ini. Pengaruh normatif disini tidak begitu ada dalam komunitas ini, dilihat dari pemilik *mechanical keyboard* di Indonesia dirasa tidak perlu untuk masuk ke komunitas virtual ini.



Gambar 4. 4 Pernyataan X3 Variabel Kelompok Referensi

Sumber: Olahan Data Pribadi (2022)

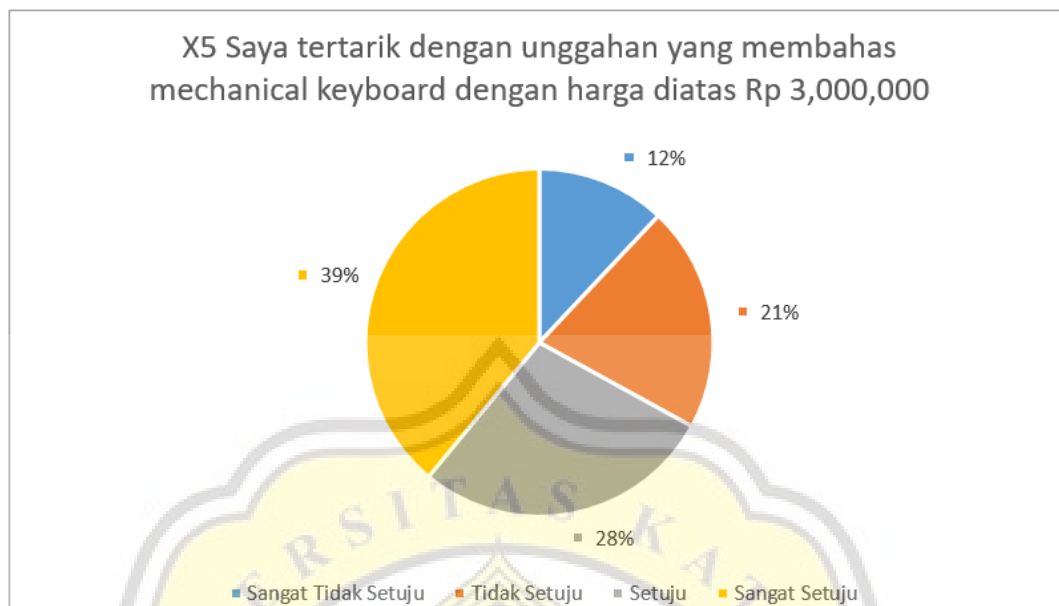
Selanjutnya, seperti pada gambar 4.4 yang menunjukkan hasil data mengenai pernyataan X3 variabel X. Pernyataan ini menyinggung pengaruh normatif dari kelompok referensi. Melihat apakah menjadi anggota komunitas IMKG harus memiliki paling tidak satu *mechanical keyboard*. Dari data yang didapatkan, sebanyak 31% sangat tidak setuju, dan 40% tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sedangkan sisanya sebanyak 23% setuju, dan 6% sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Hasil dari data pernyataan X3 ini pun menunjukkan bahwa tidak ada kewajiban atau norma yang harus dipatuhi untuk memiliki *mechanical keyboard* dalam komunitas ini. Selisih antara tidak setuju dan setuju pun termasuk tinggi.



Gambar 4. 5 Pernyataan X4 Variabel Kelompok Referensi

Sumber: Olahan Data Pribadi (2022)

Gambar 4.5 menunjukkan olahan data pernyataan X4 variabel kelompok referensi. Dalam olahan data tersebut, ditunjukkan angka yang cukup besar pada sangat setuju yaitu 55% dan setuju 26% terhadap pernyataan inginnya memiliki lebih dari satu *mechanical keyboard*. Sedangkan 15% tidak setuju, dan 4% sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Pernyataan ini mewakili pengaruh ekspresi nilai dalam kelompok referensi. Mayoritas responden ingin memiliki *mechanical keyboard* lebih dari satu unit memperlihatkan bahwa pengaruh ekspresi nilai memang ada dalam kelompok referensi ini. Ini membuktikan jika mempunyai lebih dari satu *mechanical keyboard* dapat memberikan citra tertentu di dalam komunitas ini.

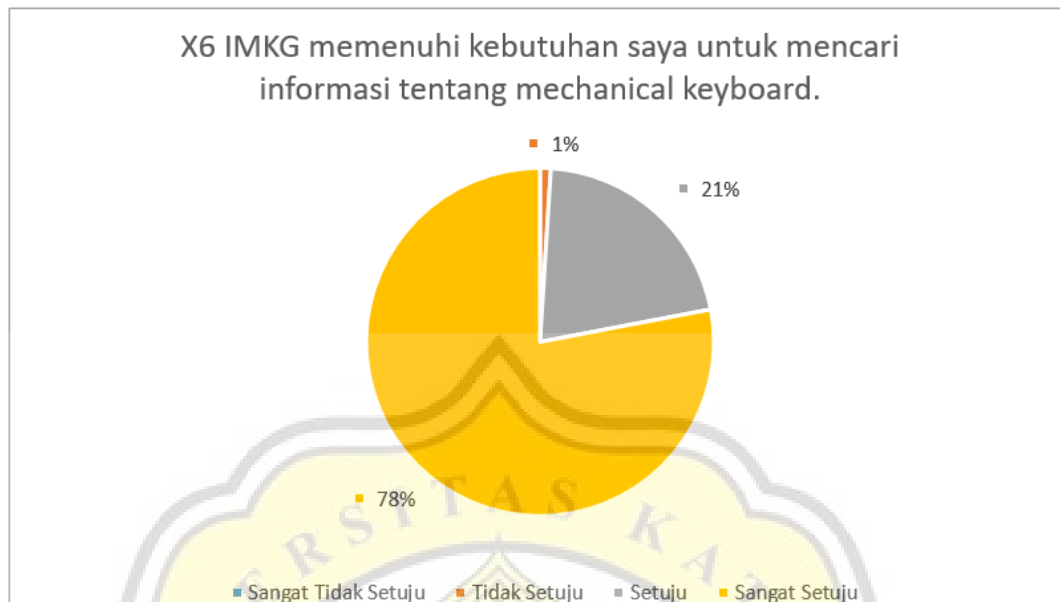


Gambar 4. 6 Pernyataan X5 Variabel Kelompok Referensi

Sumber: Olahan Data Pribadi (2022)

Gambar 4.6 menunjukkan hasil data dari responden dengan pernyataan X5 variabel Kelompok Referensi. Di dalam data ini sebanyak 39% sangat setuju dan 28% setuju akan pernyataan mengenai unggahan yang membahas *mechanical keyboard* mewah atau harga diatas Rp 3.000.000. Sedangkan 12% sangat tidak setuju, dan 21% tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa topik *mechanical keyboard* mewah menarik perhatian para anggota komunitas. Hal ini tentunya mendukung pengaruh ekspresi nilai yang ada di dalam kelompok referensi. Pengaruh ekspresi nilai sendiri menunjukkan keinginan konsumen untuk mempunyai barang mewah guna untuk menaikkan citra dirinya.

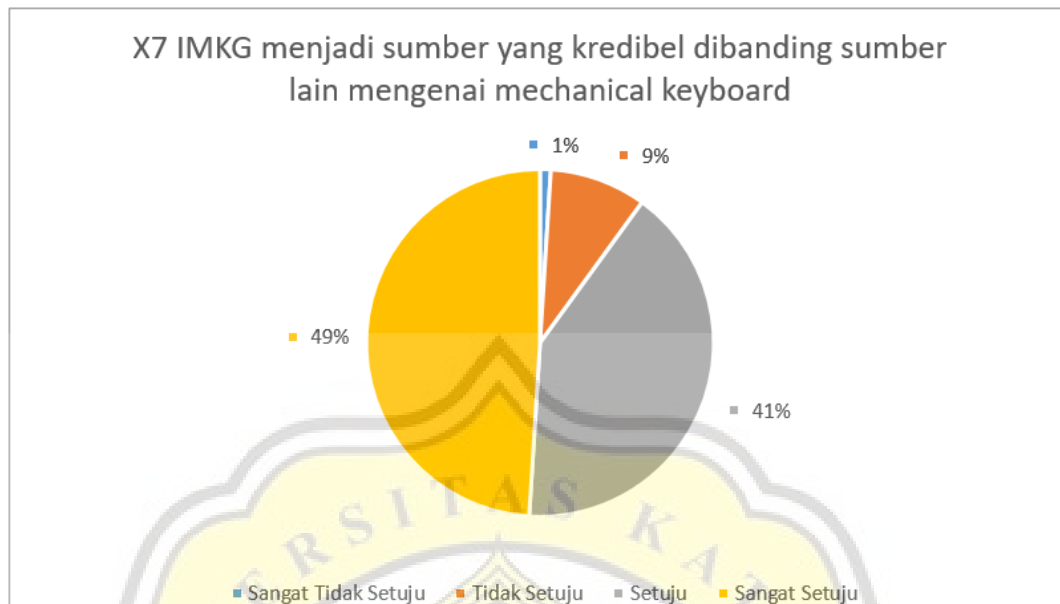




Gambar 4. 7 Pernyataan X6 Variabel Kelompok Referensi

Sumber: Olahan Data Pribadi (2022)

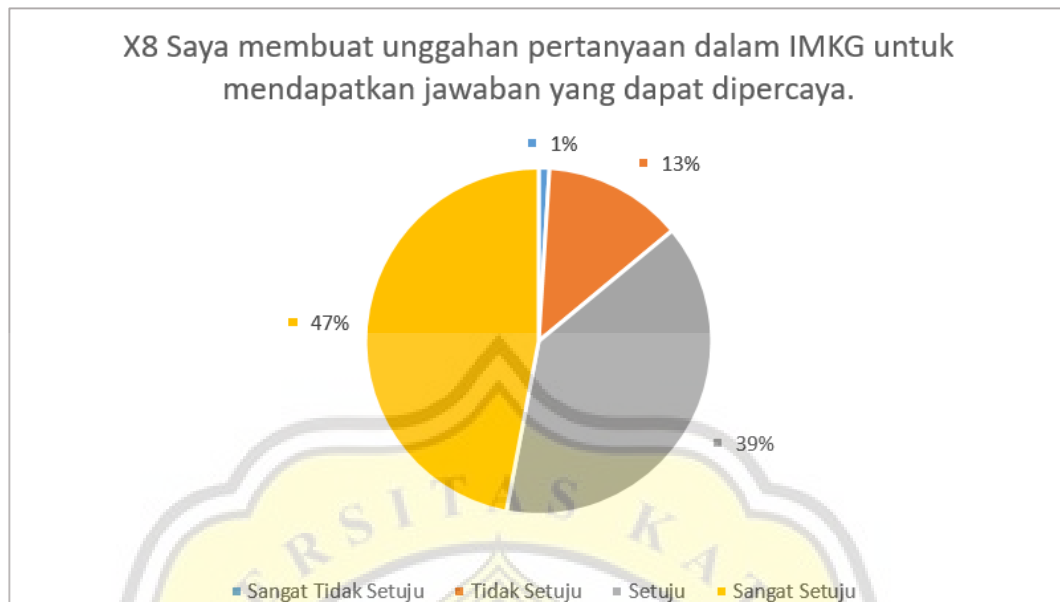
Gambar 4.7 merupakan data jawaban responden terhadap pernyataan X6 variabel X. Dalam pernyataan IMKG memenuhi kebutuhan untuk mencari informasi tentang *mechanical keyboard* data di dominasi oleh jawaban sangat setuju dan setuju. Sebanyak 78% sangat setuju, 21% setuju, 1% tidak setuju, dan 0 sangat tidak setuju. Pernyataan ini merupakan indikator dari pengaruh informasi yang ada di dalam kelompok referensi. Dominannya jawaban sangat setuju memberikan bukti bahwa pengaruh informasi dalam kelompok referensi memang ada. Anggota komunitas menjadikan komunitas ini menjadi sumber informasi mengenai *mechanical keyboard*. Sehingga mereka merasa komunitas ini dapat memenuhi kebutuhan mereka dalam mencari informasi.



Gambar 4. 8 Pernyataan X7 Variabel Kelompok Referensi

Sumber: Olahan Data Pribadi (2022)

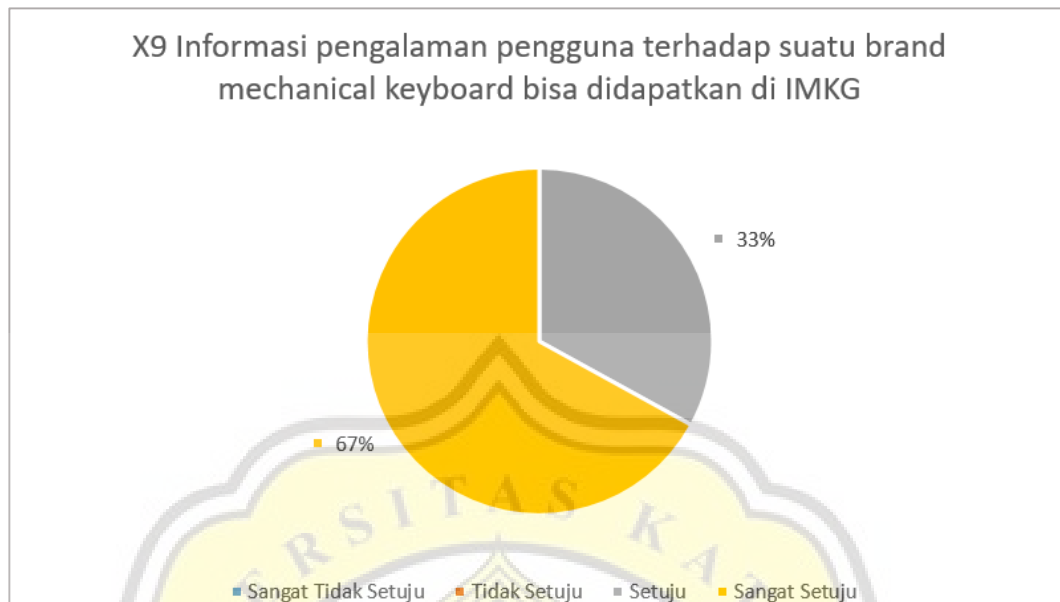
Gambar 4.8 berisi data jawaban pernyataan IMKG menjadi sumber yang kredibel dibanding sumber lain mengenai *mechanical keyboard*. Item pernyataan X7 variabel kelompok referensi ini bersangkutan juga dengan pengaruh informasi pada dimensi kelompok referensi. Hasil data menunjukkan besarnya persentase pada sangat setuju sebanyak 49% dan setuju 41%. Sedangkan sisanya tidak setuju 9% dan sangat tidak setuju 1%. Seperti pada item pernyataan sebelumnya, data ini menunjukkan konsistensi terhadap besarnya pengaruh informasi yang ada di kelompok referensi. Mayoritas responden setuju dengan IMKG menjadi sumber yang kredibel, walaupun ada 10 orang yang merasa bahwa masih ada sumber lain yang kredibel selain informasi dari komunitas ini.



Gambar 4. 9 Pernyataan X8 Variabel Kelompok Referensi

Sumber: Olahan Data Pribadi (2022)

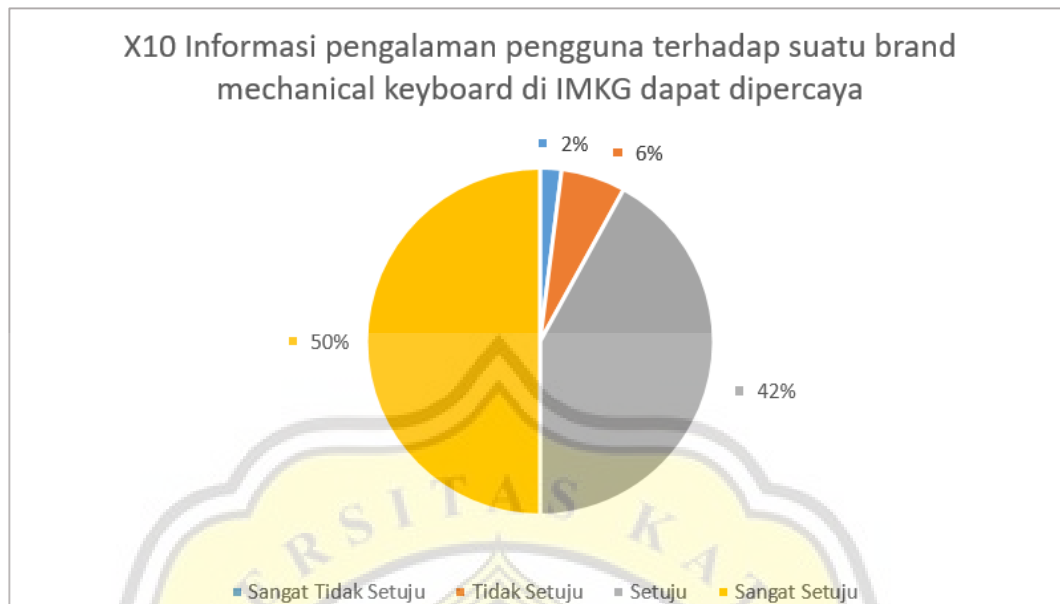
Gambar 4.9 adalah data jawaban responden mengenai pernyataan X8 variabel kelompok referensi. Pernyataan ini juga bersinggungan dengan dimensi pengaruh informasi di dalam kelompok referensi. Besarnya responden yang menjawab sangat setuju dan setuju memberikan bukti bahwa anggota mempercayai komunitas ini sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya. Pernyataan ini pun menunjukkan bahwa anggota setuju untuk membuat unggahan demi informasi yang ia inginkan dan mempunyai harapan akan jawaban yang sesuai dengan pertanyaan yang ia buat. Sebanyak 47% sangat setuju, dan 39% setuju dengan pernyataan tersebut. Sedangkan 13% tidak setuju, dan 1% sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.



Gambar 4. 10 Pernyataan X9 Variabel Kelompok Referensi

Sumber: Olahan Data Pribadi (2022)

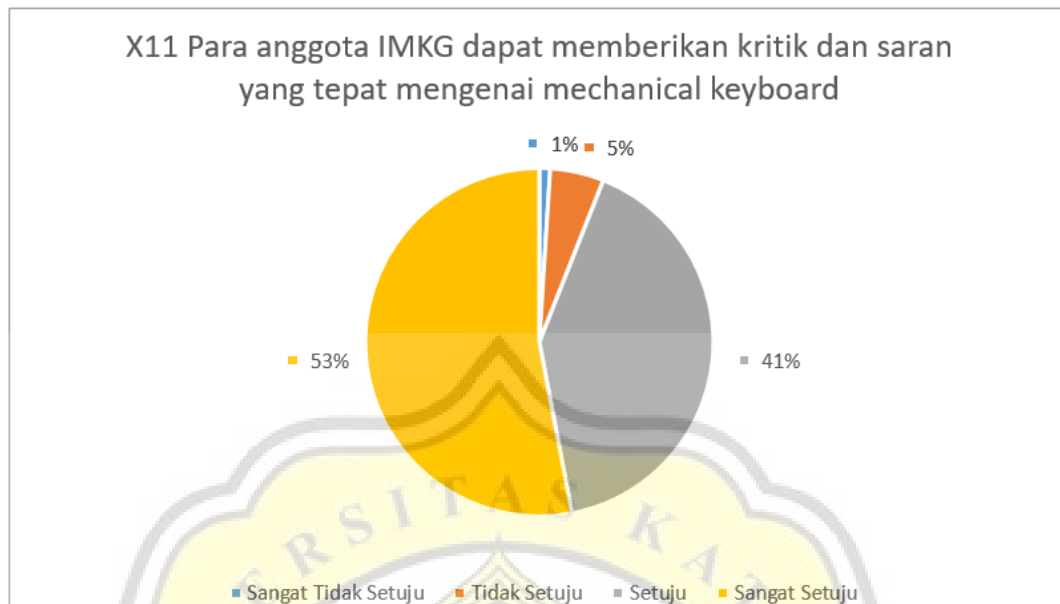
Gambar 4.10 menunjukkan data jawaban responden mengenai pernyataan X9 variabel X. Dalam pernyataan ini, berisi informasi pengalaman pengguna terhadap suatu *brand mechanical keyboard* bisa didapatkan di dalam komunitas ini. Pernyataan ini menyinggung pengaruh informasi dalam kelompok referensi. Dikatakan pengaruh informasi dapat menentukan pilihan produk yang akan dibeli oleh pelanggan. Data menunjukkan sebanyak 67% sangat setuju dan 33% setuju dengan pernyataan tersebut. Tidak adanya yang tidak setuju di pernyataan ini membuktikan bahwa anggota IMKG merasa informasi pengalaman penggunaan *mechanical keyboard* dari orang lain bisa didapatkan di komunitas ini.



Gambar 4. 11 Pernyataan X10 Variabel Kelompok Referensi

Sumber: Olahan Data Pribadi (2022)

Gambar 4.11 menunjukkan hasil data dari item pernyataan X10 variabel kelompok referensi. Item pernyataan ini merupakan pernyataan lanjutan dari pernyataan sebelumnya. Pernyataan X10 ini mempertanyakan apakah informasi pengalaman pengguna terhadap suatu brand *mechanical keyboard* yang ada di IMKG dapat di percaya. Pernyataan ini pun juga masuk ke dimensi pengaruh informasi di dalam variabel kelompok referensi ini. Dari jawaban yang ada, sebanyak 50% sangat setuju dan 42% setuju dengan pernyataan tersebut. Sedangkan 6% tidak setuju dan 2% sangat tidak setuju. Hasil data ini memberikan jawaban bahwa informasi tersebut tidak sekedar hanya ada, namun dipercayai oleh anggota komunitas tersebut.



Gambar 4. 12 Pernyataan X11 Variabel Kelompok Referensi

Sumber: Olahan Data Pribadi (2022)

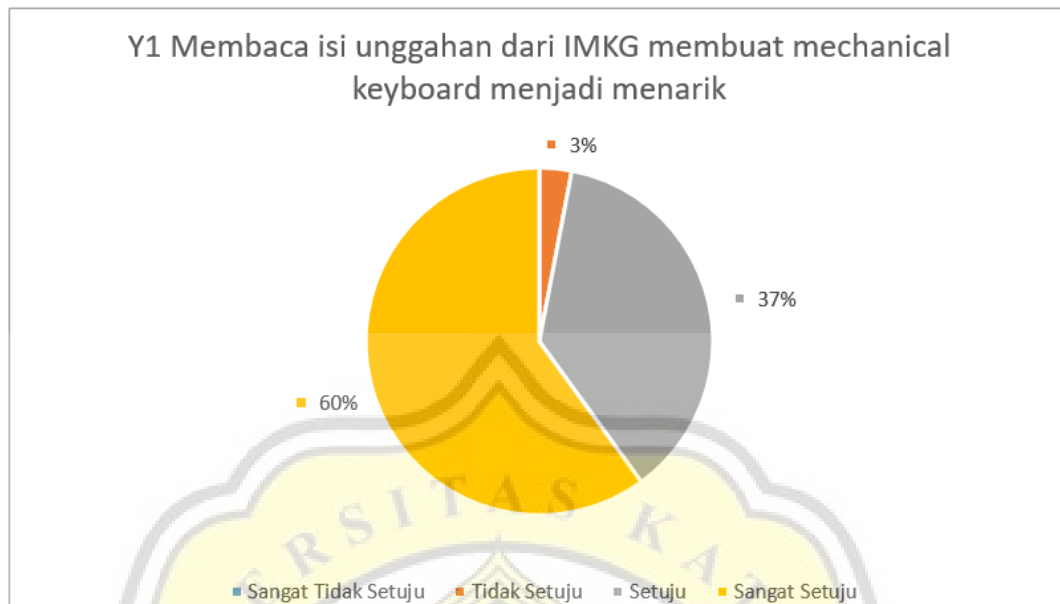
Gambar 4.12 merupakan hasil data pernyataan X11 variabel kelompok referensi. Pernyataan ini membahas mengenai apakah para anggota IMKG dapat memberikan kritik dan saran yang tepat mengenai *mechanical keyboard*. Kritik dan saran yang tepat tentu berguna dalam informasi mengenai *mechanical keyboard*. Sebanyak 53% sangat setuju dan 41% setuju dengan pernyataan tersebut. Sedangkan 5% tidak setuju, dan 1% sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Melihat hasil data ini, dapat memberikan bukti juga mengenai pengaruh informasi yang ada dalam kelompok referensi. Melihat anggota merasa isi dari pembahasan anggota IMKG bisa memberikan kritik dan saran yang tepat mengenai *mechanical keyboard*.

Tabel 4. 2 Data Jawaban Responden Variabel Minat Beli (Y)

Variabel	Item	Tanggapan							
		STS	%	TS	%	S	%	SS	%
Minat Beli	Y1	0	0%	3	3%	37	37%	60	60%
	Y2	1	1%	16	16%	34	34%	45	45%
	Y3	5	5%	16	16%	34	34%	45	45%
	Y4	0	0%	5	5%	32	32%	63	63%
	Y5	6	6%	17	17%	40	40%	37	37%
	Y6	1	1%	1	1%	29	29%	69	69%
	Y7	14	14%	20	20%	11	11%	55	55%

Sumber: Olahan Data Pribadi (2022)

Melihat tabel 4.2, dari seluruh pernyataan yang ada dalam variabel minat beli dapat dilihat bahwa mayoritas jawaban responden di dominasi oleh setuju dan sangat setuju. Tidak ada pernyataan yang jawaban datanya dominan di tidak setuju dan sangat tidak setuju. Ini menunjukkan bahwa aspek minat beli sangat terpenuhi dalam komunitas ini. Tahap-tahap pembentukan keinginan pembelian konsumen terjadi di dalam komunitas *Indonesia Mechanical Keyboard Group*. Hal ini secara tidak langsung mengindikasikan bahwa kebanyakan anggota di komunitas ini memang mempunyai minat untuk membeli produk *mechanical keyboard*.

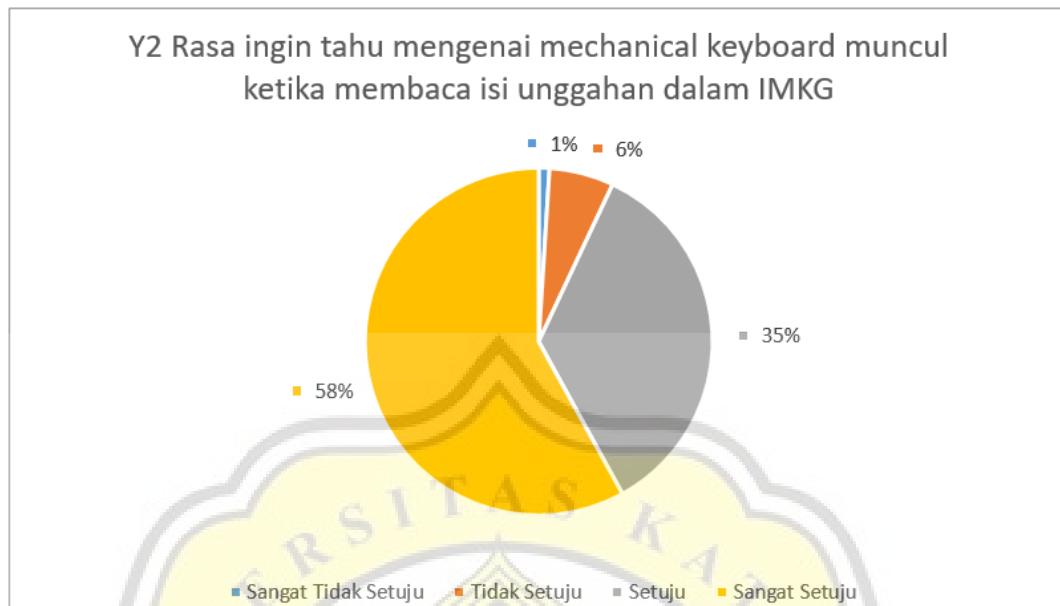


Gambar 4. 13 Pernyataan Y1 Variabel Minat Beli

Sumber: Olahan Data Pribadi (2022)

Gambar 4.13 menunjukkan hasil data jawaban responden terhadap pernyataan Y1 variabel minat beli. Pernyataan ini merupakan penjabaran dari dimensi *attention* yang ada di variabel minat beli. Mayoritas jawaban didominasi oleh jawaban sangat setuju dan setuju. Sebanyak 60% sangat setuju dan 37% setuju, lalu sisanya 3% tidak setuju. Terdapat selisih yang tinggi antara sangat setuju dan setuju, terutama di antara sangat setuju dan tidak setuju. Selisih ini cukup mengejutkan karena hal ini menunjukkan bahwa ada unsur *attention* terhadap produk *mechanical keyboard* dalam unggahan yang ada di komunitas IMKG ini. Membaca unggahan yang dibuat oleh para anggota IMKG itu sendiri dapat membuat produk *mechanical keyboard* ini menarik.

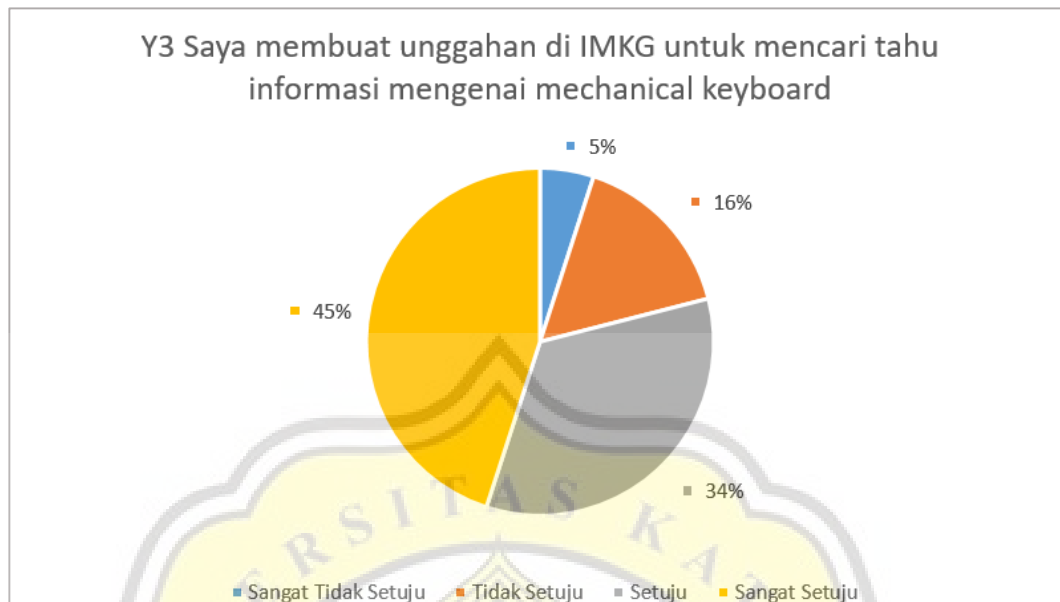




Gambar 4. 14 Pernyataan Y2 Variabel Minat Beli

Sumber: Olahan Data Pribadi (2022)

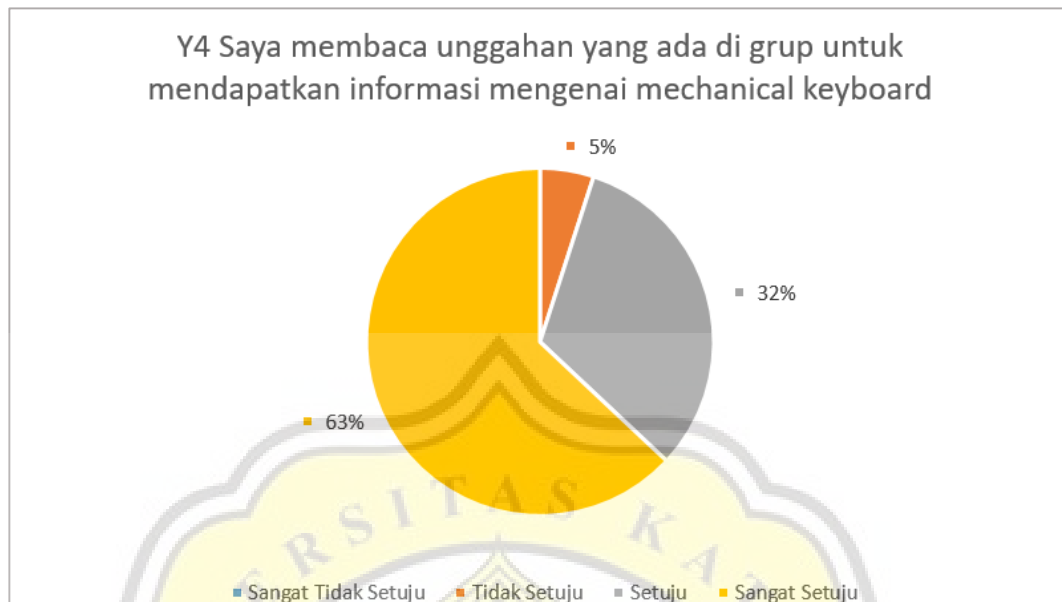
Gambar 4.14 merupakan hasil data jawaban responden terhadap pernyataan rasa ingin tahu mengenai *mechanical keyboard* muncul ketika membaca isi unggahan dalam IMKG. Pernyataan ini merupakan pengembangan dari dimensi *interest* yang mana rasa ingin tahu akan muncul jika konsumen merasa tertarik dengan suatu produk. Dari pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa responden dominan menjawab sangat setuju. Sebanyak 58% menjawab sangat setuju, 35% setuju, 6% tidak setuju, dan 1% sangat tidak setuju. Olahan data ini menunjukkan bahwa ketertarikan para anggota terhadap *mechanical keyboard* bisa muncul dalam proses membaca unggahan yang ada di komunitas ini. Rasa ingin tahu pun juga muncul dalam proses membaca unggahan yang ada.



Gambar 4. 15 Pernyataan Y3 Variabel Minat Beli

Sumber: Olahan Data Pribadi (2022)

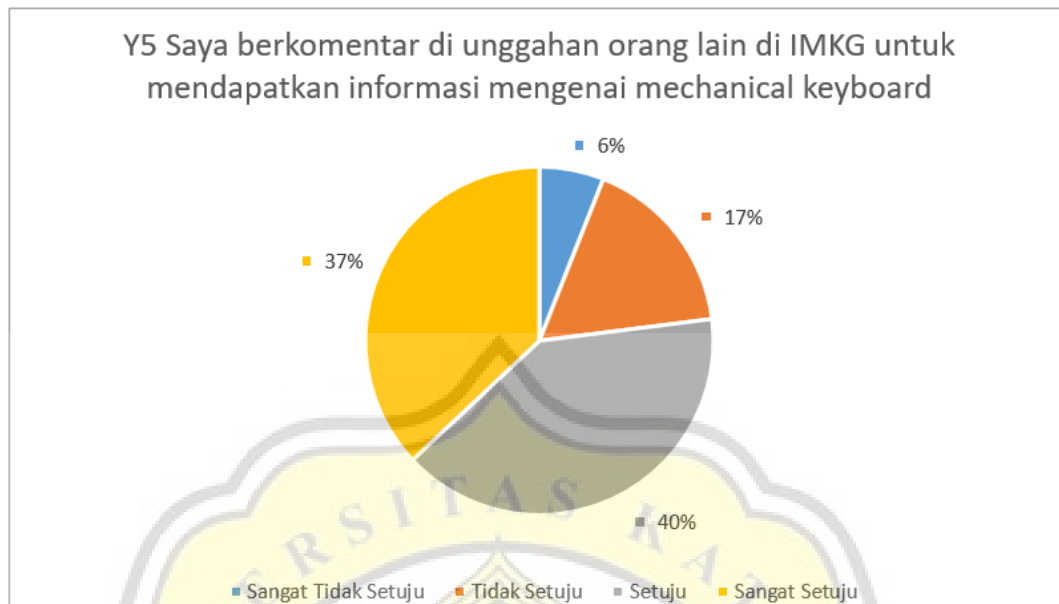
Lanjut ke gambar 4.15 yang berisi olahan data jawaban responden terhadap pernyataan membuat unggahan di IMKG untuk mencari tahu mengenai *mechanical keyboard*. Jawaban responden kali ini masih di dominasi oleh setuju dan sangat setuju. Walaupun jumlah tidak setuju dan sangat tidak setuju lebih banyak dari pernyataan sebelumnya. Sebanyak 45% sangat setuju, 34% setuju, 16% tidak setuju, 5% sangat tidak setuju dengan pernyataan yang ada. Jumlah jawaban sangat setuju dan setuju menunjukkan bahwa anggota bisa mencari tahu informasi mengenai *mechanical keyboard* dengan membuat unggahan di komunitas IMKG. Membuat unggahan di komunitas ini bisa menjadi salah satu cara untuk mencari informasi produk *mechanical keyboard*.



Gambar 4. 16 Pernyataan Y4 Variabel Minat Beli

Sumber: Olahan Data Pribadi (2022)

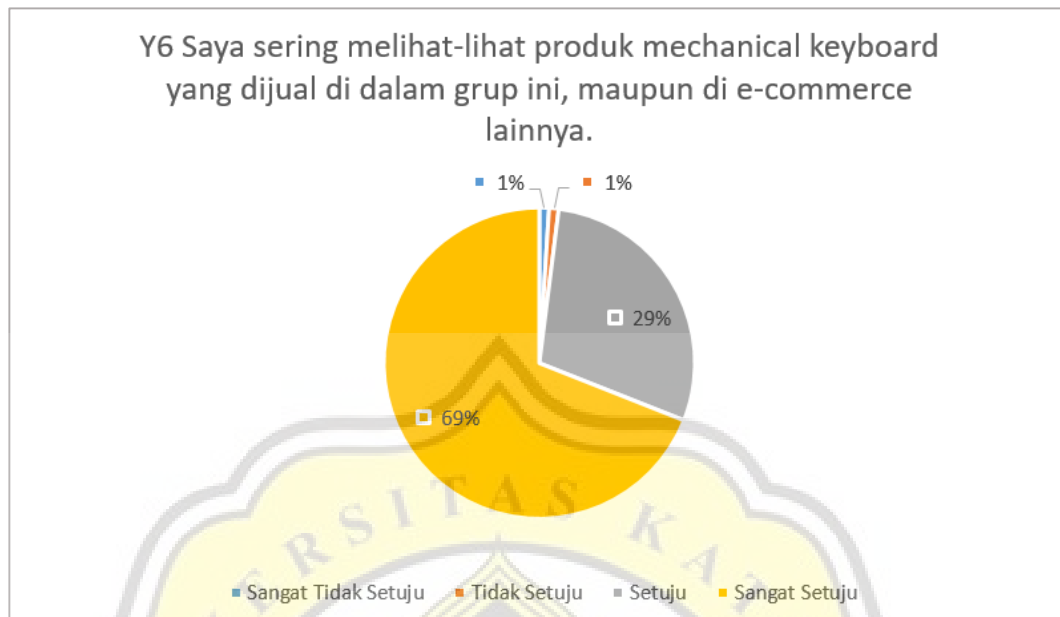
Gambar 4.16 merupakan data pernyataan Y4 variabel minat beli mengenai membaca unggahan yang ada di komunitas untuk mendapatkan informasi mengenai *mechanical keyboard*. Sekali lagi persentase yang didapatkan di dominasi oleh jawaban sangat setuju dengan angka 63%. Sebesar 32% menjawab setuju dan 5% sisanya tidak setuju. Dari 100 responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju disini, telah meyakinkan peneliti bahwa komunitas IMKG telah menjadi tempat berkumpulnya informasi-informasi mengenai *mechanical keyboard*. Unggahan para anggota yang ada di IMKG ini bisa menjadi jawaban dari rasa ingin tahu para calon konsumen atau dalam penelitian ini adalah para anggota IMKG itu sendiri.



Gambar 4. 17 Pernyataan Y5 Variabel Minat Beli

Sumber: Olahan Data Pribadi (2022)

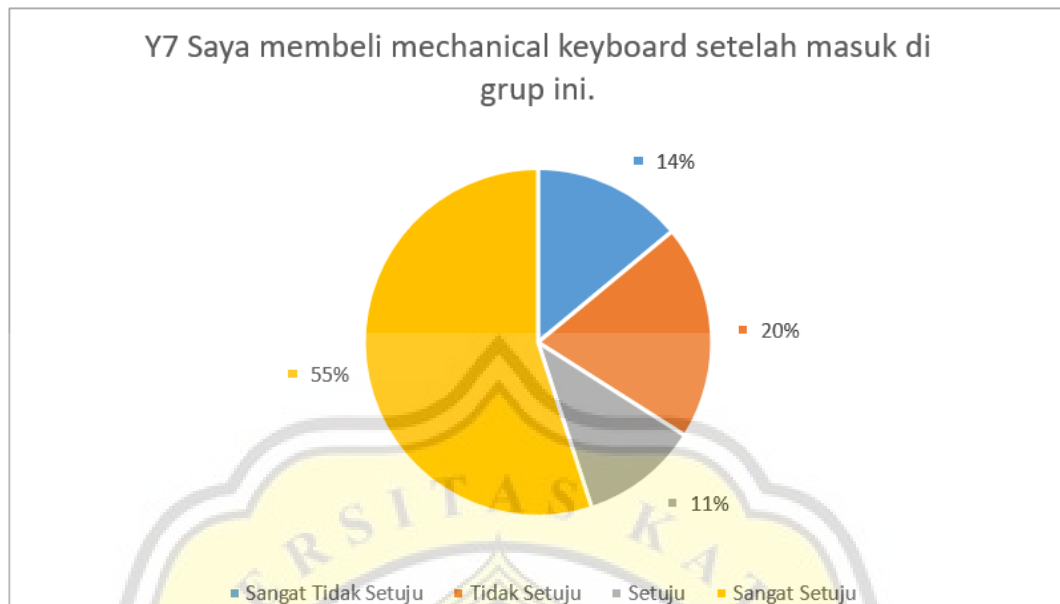
Gambar 4.17 menunjukkan bahwa sebanyak 40% setuju terhadap pernyataan Y5. Pernyataan tersebut mempertanyakan apakah berkomentar di unggahan anggota lain di IMKG untuk mendapatkan informasi mengenai *mechanical keyboard*. Selanjutnya, sebanyak 37% sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Sedangkan sisanya 17% tidak setuju dan 6% sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Pernyataan ini ingin menunjukkan apakah fitur komentar di komunitas virtual dapat memberikan sumber informasi ke anggota. Ini juga menjadi salah satu cara konsumen dalam mencari informasi di sebuah komunitas virtual, terutama komunitas virtual yang ada di Facebook. Dari hasil ini, dapat dilihat bahwa fitur komentar ini digunakan oleh para anggota IMKG untuk mencari informasi mengenai *mechanical keyboard*.



Gambar 4. 18 Pernyataan Y6 Variabel Minat Beli

Sumber: Olahan Data Pribadi (2022)

Gambar 4.18 merupakan hasil data responden pada item pernyataan ke-6 dalam variabel minat beli. Hasil menunjukkan 69% responden menjawab sangat setuju dan 29% setuju dengan pernyataan tersebut. Hanya sebanyak 1% responden pada jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju ini menunjukkan bukti bahwa mayoritas responden berminat untuk membeli *mechanical keyboard*. Dengan kegiatan melihat-lihat produk *mechanical keyboard* di grup itu maupun di *e-commerce* lainnya memberikan pandangan bahwa calon konsumen ingin atau akan melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Pernyataan ini merupakan pengembangan dari dimensi *desire* di variabel minat beli ini.



Gambar 4. 19 Pernyataan Y7 Variabel Minat Beli

Sumber: Olahan Data Pribadi (2022)

Gambar 4.19 merupakan data jawaban responden pada pernyataan terakhir di variabel minat beli. Pernyataan ini membahas apakah anggota komunitas IMKG akan membeli *mechanical keyboard* setelah masuk komunitas tersebut. Data jawaban didapatkan dengan mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan angka di 55%. Sebanyak 11% menjawab setuju, 20% tidak setuju dan 14% sangat tidak setuju. Persentase ini memperlihatkan lebih dari setengah responden yang menjawab melakukan pembelian *mechanical keyboard* setelah masuk ke komunitas ini. Pernyataan ini ingin menunjukkan seberapa besar anggota yang sudah mencapai tahap *action* dalam aspek minat beli ini.

### 4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

Menguji validitas merupakan keharusan dalam sebuah penelitian kuantitatif. Hasil penelitian yang valid itu ketika ada kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti (Sugiyono, 2019: 175). Validitas diuji menggunakan uji validitas pearson product moment dan diolah menggunakan program SPSS.

Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel X & Y

Variabel	Kelompok	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kelompok Referensi	X	X1	0,423	0,1638	Valid
		X2	0,515	0,1638	Valid
		X3	0,353	0,1638	Valid
		X4	0,443	0,1638	Valid
		X5	0,382	0,1638	Valid
		X6	0,236	0,1638	Valid
		X7	0,568	0,1638	Valid
		X8	0,653	0,1638	Valid
		X9	0,403	0,1638	Valid
		X10	0,622	0,1638	Valid
		X11	0,569	0,1638	Valid
Minat Beli	Y	Y1	0,556	0,1638	Valid
		Y2	0,667	0,1638	Valid
		Y3	0,630	0,1638	Valid
		Y4	0,628	0,1638	Valid
		Y5	0,662	0,1638	Valid
		Y6	0,558	0,1638	Valid
		Y7	0,553	0,1638	Valid

Sumber: Olahan Data Pribadi (2022)

Berdasarkan tabel 4.3, ditunjukkan bahwa terdapat dua variabel yang ada di dalam penelitian ini. Dua variabel tersebut adalah variabel X

(kelompok referensi) dengan jumlah pernyataan 11 item, dan variabel Y (minat beli) dengan jumlah pernyataan 7 item. Item pernyataan dikatakan valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel yang ada (Sugiyono, 2019: 181). Hasil menunjukkan bahwa dari seluruh item pernyataan yang ada ditemukan  $r$  hitung lebih besar daripada  $r$  tabel, maka data yang didapatkan di lapangan bisa dikatakan valid.

Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X & Y

Variabel	Cronchbach's Alpa	Keterangan
Kelompok Referensi (X)	0,626	Reliabel
Minat Beli (Y)	0,681	Reliabel

Sumber: Olahan Data Peneliti (2022)

Reliabilitas merupakan uji yang mencari derajat konsistensi dan stabilitas suatu data yang akan dicari (Sugiyono, 2019: 362). Instrumen yang reliabel akan memberikan hasil data yang sama jika digunakan beberapa kali pada objek yang sama (Sugiyono, 2019: 176). Data dari sebuah penelitian akan dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronchbach's Alpa* lebih dari 0,6. Berdasarkan tabel 4.4 didapatkan nilai *Chronbach's Alpa* dari masing-masing variabel lebih dari 0,6, maka setiap variabel tersebut reliabel dalam penelitian ini.



#### 4.4 Uji Normalitas Data

Sebelum uji korelasi, regresi linier dan hipotesis dilakukan, sebaiknya dilakukan uji normalitas untuk mencari tahu model regresi yang baik itu memiliki nilai residual normal (Sugiyono, 2019: 209). *Kolmogorov-Smirnov* merupakan metode uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini, uji *Kolmogorov Smirnov* dipilih karena jumlah sampel yang besar lebih dari 50, konsistensi hasil uji ini lebih baik jika jumlah sampel lebih dari 50 (Oktaviani & Notobroto, 2014: 134). Ketika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka nilai residual nya normal, berlaku sebaliknya jika tidak normal.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.40921041
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.038
	Negative	-.054
Kolmogorov-Smirnov Z		.543
Asymp. Sig. (2-tailed)		.930

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Olahan Data Peneliti (2022)

Melihat tabel 4.5, hasil olah *Kolmogorov-Smirnov* dalam penelitian ini menunjukkan distribusi data normal karena mempunyai nilai signifikansi

yang didapatkan sebesar 0,930 sehingga nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

#### 4.5 Uji Korelasi

Uji korelasi dilakukan untuk menunjukkan apakah variabel kelompok referensi dan variabel minat beli saling berkorelasi, dan berikut merupakan hasil dari uji korelasi:

Tabel 4. 6 Hasil Uji Korelasi

		Kelompok Referensi	Minat Beli
Kelompok Referensi	Pearson Correlation	1	.659**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Minat Beli	Pearson Correlation	.659**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Olahan Data Pribadi

Uji korelasi menunjukkan hasil korelasi koefisien sebesar 0,659. Hasil ini jika menilik pedoman interpretasi koefisien korelasi, nilai tersebut korelasinya kuat. Korelasi kuat dilihat pada angka korelasi koefisien berada di antara 0,60-0,799. Melihat hasil nilai tersebut, maka bisa disimpulkan bahwa korelasi antara variabel kelompok referensi dengan minat beli memiliki tingkat korelasi yang kuat dan positif. Positif artinya jika variabel X meningkat, maka variabel Y juga meningkat. Setelah itu, didapatkan hasil

angka signifikansi 0,000 pada uji korelasi tersebut. Angka tersebut menunjukkan bahwa korelasi kedua variabel tersebut signifikan karena angka signifikansi  $< 0,05$ .

#### 4.6 Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier sederhana digunakan untuk menguji suatu pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan kelompok referensi sebagai variabel independen dan variabel minat beli sebagai variabel dependen. Data yang sudah didapatkan peneliti langsung diolah di program SPSS. Pertama di uji regresi ini dapat memperlihatkan seberapa besar pengaruh variabel kelompok referensi (X) terhadap variabel minat beli (Y). Angka tersebut dapat dilihat di tabel berikut ini:

Tabel 4. 7 Model Summary Table

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.659 <sup>a</sup>	.435	.429	2.421

a. Predictors: (Constant), Kelompok Referensi

b. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Olahan Data Peneliti (2022)

Dalam tabel 4.7 tersebut dapat dilihat angka korelasi (R) yang didapatkan sebesar 0,659. Dari angka tersebut didapatkan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,435 yang mana itu artinya pengaruh variabel kelompok referensi (X) terhadap variabel minat beli (Y) adalah

sebesar 43,5%. Dari persentase tersebut dapat dilihat bahwa sebesar 43,5% faktor-faktor kelompok referensi mempengaruhi variabel minat beli di dalam penelitian ini, dan 56,5% sisanya merupakan faktor-faktor lain yang tidak diketahui mempengaruhi juga variabel minat beli ini.

Berikutnya, untuk mencari apakah variabel kelompok referensi (X) memiliki pengaruh terhadap variabel minat beli (Y), dapat dilihat di tabel uji regresi linier koefisien berikut ini:

Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Linier Koefisien

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.533	2.215		2.047	.043
	Kelompok Referensi	.542	.062	.659	8.683	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Olahan Data Peneliti (2022)

Melihat hasil pengolahan uji regresi linier koefisien yang sudah dilakukan di SPSS, didapatkan angka t hitung 8,683. Adanya pengaruh kelompok referensi (X) terhadap minat beli (Y) itu jika t hitung > t tabel. Ta tabel dalam penelitian yang menggunakan 100 responden dengan taraf error 10% ini adalah 1,290. Sehingga hasil t hitung tersebut memberikan kesimpulan bahwa Kelompok Referensi (X) berpengaruh terhadap Minat Beli (X) *Mechanical Keyboard Komunitas Virtual Indonesia Mechanical Keyboard Group*.

#### 4.7 Uji Hipotesis

Uji hipotesis akan melihat apakah hipotesis penelitian ini sesuai dengan hipotesis sementara yang sudah disusun di awal. Uji ini dapat dilihat pada tabel regresi linier koefisien yang menunjukkan seberapa besar nilai signifikansi dari variabel kelompok referensi (X) terhadap variabel minat beli (Y).

Tabel 4. 9 Hasil Uji Hipotesis

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.533	2.215		2.047	.043
	Kelompok Referensi	.542	.062	.659	8.683	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Olahan Data Pribadi (2022)

Tabel 4.9 memperlihatkan nilai signifikansi yang di dapatkan adalah 0,000. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima, begitu juga sebaliknya jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak. Dari tabel 4.9 tersebut dapat dilihat signifikansi variabel  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak. Maka hipotesis yang di terima dalam penelitian ini adalah kelompok referensi berpengaruh terhadap minat beli komunitas virtual *mechanical keyboard*.