

BAB IV

ANALISIS HASIL PENELITIAN

Analisis data adalah proses penguraian data untuk memperoleh gambaran rinci tentang latar belakang serta kecenderungan-kecenderungan dari berbagai aspek, sehingga diperoleh gambaran luas tentang data tersebut. Analisis data meliputi kegiatan mempelajari karakteristik, hubungan, pola atau pengaruh yang terdapat pada suatu fenomena atau gejala yang telah dan akan terjadi.

Dalam penelitian ini penulis menganalisis hubungan gaya hidup konsumen terhadap minat pembelian TV LCD di Jakarta, dengan melibatkan 100 responden sebagai sampel. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam sampel ini adalah *non probability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling*.

Populasi dalam penelitian ini adalah para pengunjung toko dan mengambil lokasi pada toko elektronik di Jakarta dengan menghususkan *scope* penelitian hanya mengambil responden pada pengunjung toko elektronik tersebut. Populasi ini ditentukan karena sesuai dengan tema penelitian yang dilakukan yaitu menganalisis gaya hidup terhadap minat pembelian TV LCD di Jakarta.

A. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dibagi menjadi lima 5 (lima) kategori yaitu meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan terakhir, pekerjaan, dan penghasilan responden. Penelitian terhadap karakteristik responden

berdasarkan pada beberapa kategori tersebut dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai identitas responden.

1. Jenis Kelamin Responden

Deskripsi data responden berdasarkan jenis kelamin dijelaskan dalam analisis distribusi frekuensi pada tabel dan gambar berikut:

Tabel IV.1
Distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	47	47%
Perempuan	53	53%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Identitas berdasarkan jenis kelamin dipilih untuk mengetahui lebih detail berapa banyak pria dan wanita yang menjadi responden dalam penelitian. Dari 100 responden, sebanyak 47 orang (47% dari sampel) berjenis kelamin laki-laki. Sisanya berjumlah 53 orang (53% dari sampel) berjenis kelamin perempuan. Banyaknya responden perempuan dalam penelitian ini karena sebagian besar pengunjung toko elektronik adalah perempuan, yang kebanyakan mengunjungi toko hanya untuk melihat-lihat ataupun membeli barang elektronik. Seperti yang diungkapkan oleh salah seorang responden wanita *“tujuan saya kesini tadinya buat beli kebutuhan dapur, apa yah namanya? Blender apa microwave gitu yang mau dibeli tapi sekalian lihat-lihat barang-barang elektronik, sama lihat TV layar datar tapi cuma lihat-lihat lho ga beli.”*⁶⁸ Banyaknya pengunjung perempuan dikarenakan mereka mempunyai tujuan yaitu membeli barang elektronik sesuai

⁶⁸ Hasil wawancara dengan salah satu responden pada 31 Mei 2008 di *Best Denki* (Senayan City)

kebutuhan dan juga tertarik untuk melihat-lihat barang elektronik yang dipajang pada toko elektronik tersebut.

2. Usia Responden

Identitas responden berdasarkan usia dicantumkan untuk mengetahui secara mendalam berapa rata-rata usia responden yang menjadi sampel penelitian. Distribusi frekuensi responden berdasarkan usia dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel IV.2
Distribusi Responden berdasarkan Usia

Jarak Usia	Jumlah Responden	Persentase
< 21 tahun	7	7%
21 tahun - 30 tahun	56	56%
31 tahun - 40 tahun	21	21%
41 tahun - 50 tahun	10	10%
> 50	6	6%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Dilihat dari tingkat usia sebagian besar responden sejumlah 56 orang (56% dari sampel) berada pada usia 21 – 30 tahun, kemudian responden terbesar kedua sejumlah 21 orang (21% dari sampel) berada pada usia 31 – 40 tahun, dan sejumlah 10 orang (10% dari sampel) berada pada usia 41 – 50 tahun, dan sejumlah 7 orang (7% dari sampel) berada pada usia ≤ 20 tahun. Sisanya, 6 orang (6% dari sampel) berada pada usia > 50 tahun.

Tingkatan umur di atas menunjukkan bahwa umur 21 – 30 tahun yang paling banyak mempunyai minat pembelian TV LCD di Jakarta, karena kisaran umum tersebut merupakan usia yang masih mempunyai minat terhadap perkembangan elektronik saat ini dan mengikuti perkembangan elektronik saat

ini yang salah satunya adalah TV LCD. Jadi dapat disimpulkan umur antara 21 – 30 tahun adalah pangsa pasar konsumen ataupun calon konsumen TV LCD yang mempunyai minat untuk membeli produk tersebut.

3. Tingkat Pendidikan Responden

Identitas responden berdasarkan tingkat pendidikan dicantumkan untuk mengetahui secara mendalam tentang tingkat pendidikan responden yang menjadi sampel penelitian. Distribusi frekuensi responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel IV.3

Distribusi Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
SMU/ sederajat	11	11%
Akademi/D3/ Sederajat	52	52%
Sarjana S1/ sederajat	27	27%
Master S2/ sederajat	10	10%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Dilihat dari tingkat pendidikan sebagian besar responden sejumlah 52 orang (52% dari sampel) berpendidikan Akademi/D3/Sederajat, sedangkan responden yang terbesar kedua sejumlah 27 orang (27% dari sampel) berpendidikan Sarjana S1/Sederajat. Sementara itu sejumlah 11 orang (11% dari sampel) berpendidikan SMU/ sederajat, sedangkan sisanya sejumlah 10 orang (10% dari sampel) berpendidikan Master/Magister S2/Sederajat.

4. Pekerjaan Responden

Identitas responden berdasarkan jenis pekerjaan dicantumkan untuk mengetahui secara mendalam tentang jenis pekerjaan responden yang menjadi sampel penelitian. Distribusi frekuensi responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel IV.4
Distribusi Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	36	36%
Pegawai Negeri	2	2%
Pegawai Swasta	47	47%
Wiraswasta	6	6%
Ibu Rumah Tangga	2	2%
Lainnya	7	7%
Total	100	100

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Dilihat dari jenis pekerjaan sebagian besar responden sejumlah 47 orang (47% dalam sampel) bekerja sebagai pegawai swasta, sedangkan responden yang terbesar kedua sejumlah 36 orang (36% dalam sampel) adalah pelajar/mahasiswa. Sementara itu sejumlah 7 orang (7% dalam sampel) adalah jenis pekerjaan yang tidak ada dalam pilihan seperti responden tidak memiliki pekerjaan, penjaga keamanan, dan lain sebagainya, sedangkan sejumlah 6 orang (6% dalam sampel) bekerja sebagai wiraswasta. Selain itu, sejumlah 2 orang (2% dalam sampel) bekerja sebagai pegawai negeri, sedangkan sejumlah 2 orang lainnya (2% dalam sampel) bekerja sebagai ibu rumah tangga.

5. Penghasilan Responden

Identitas responden berdasarkan penghasilan dicantumkan untuk mengetahui secara mendalam tentang jumlah penghasilan responden yang menjadi sampel penelitian. Distribusi frekuensi responden berdasarkan penghasilan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel IV.5
Distribusi Responden berdasarkan Tingkat Penghasilan

Penghasilan	Jumlah Responden	Persentase
≤ Rp 1.000.000	24	24%
Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	17	17%
Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	17	17%
Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000	17	17%
> Rp 5.000.000	25	25%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Dilihat dari tingkat penghasilan sebagian besar responden sejumlah 25 orang (25% dari sampel) memiliki penghasilan lebih dari Rp 5.000.000, sedangkan sejumlah 24 orang (24% dari sampel) memiliki penghasilan ≤ Rp 1.000.000. Sementara itu sejumlah 17 orang (17% dari sampel) memiliki penghasilan antara Rp 1.000.000 – 2.000.000, sedangkan sejumlah 17 orang (17% dari sampel) memiliki penghasilan antara Rp 2.000.001 – 3.000.000, dan sejumlah 17 orang lainnya (17% dari sampel) memiliki penghasilan antara Rp 3.000.001 – 5.000.000.

Tingkatan penghasilan di atas menunjukkan bahwa responden yang memiliki penghasilan di atas Rp 5.000.000 adalah responden yang terbanyak dalam penelitian ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen yang mempunyai minat beli TV LCD, rata-rata adalah kalangan menengah ke atas yang memiliki gaya hidup Seperti yang diungkapkan oleh seorang responden yang berpenghasilan di atas Rp 5.000.000 "*penghasilan saya bisa dikatakan*

*cukuplah untuk kebutuhan sehari-hari, terus untuk TV LCD saya berminat membeli karena untuk menunjukkan status saja sich, ga lebih itu juga karena kebanyakan teman-teman sekelangan saya ada yang punya, kalo dibilang gaya hidup ga tau ya mas?soalnya bisa dibilang TV itu buat hiburan saya aja sehabis pulang kerja yah sama yang tadi saya bilang buat nunjukkin status kalo temen-temen atau keluarga yang berkunjung ke rumah*⁶⁹. Berdasarkan pernyataan salah satu responden tersebut bisa dikatakan kalangan menengah ke atas membeli TV LCD hanya untuk menunjukkan bahwa mereka berpenghasilan baik dan menjadi alat hiburan bagi penggunanya sehabis melakukan aktivitas, walaupun pernyataan di atas tidak dapat dijadikan pernyataan untuk keseluruhan responden.

B. Penyajian dan Analisis Data terhadap hasil penelitian dari Gaya Hidup

Pada bagian ini, akan dijelaskan mengenai variabel gaya hidup yang dibagi menjadi 3 dimensi yaitu *activities*, *interest*, dan *opinion* konsumen atau calon konsumen pada TV LCD di Jakarta

B.1 Activities

Activities atau kegiatan tertentu yang dimiliki oleh konsumen terhadap suatu obyek tertentu dapat mencerminkan gaya hidup konsumen/responden. Disini *activities* dibagi menjadi 7 indikator oleh penulis berdasarkan teori Assael yang sudah dijabarkan pada bab sebelumnya dan diturunkan oleh penulis dalam kuesioner yang dapat ditampilkan melalui tabel frekuensi untuk mengetahui jumlah frekuensi dan persentase atau persepsi keseluruhan responden.

⁶⁹ Hasil wawancara dengan salah satu responden pada 31 Mei 2008 di *Best Denki* (Senayan City)

a. Indikator 1: menonton merupakan kegiatan yang responden sukai.

Tabel IV.6
Menonton merupakan Kegiatan yang disukai
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak setuju	5	5%
Netral	16	16%
Setuju	52	52%
Sangat Setuju	27	27%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Bersumber pada tabel di atas dapat diketahui, bahwa responden sebesar 52% (52 orang) menyatakan setuju menyukai kegiatan menonton, sedangkan sebesar 27% (27 orang) menyatakan sangat setuju menyukai kegiatan menonton. Namun sebesar 16% (16 orang) menyatakan netral atau ragu-ragu, sedangkan sebesar 5% (5 orang) menyatakan tidak setuju atau tidak menyukai kegiatan menonton.

Dari data di atas berarti menunjukkan 79 orang (79%) menyukai kegiatan menonton sehari-harinya dalam meluangkan waktu. Demikian pernyataan salah satu responden “*gue sangat suka menonton terutama untuk film-film baru yang keluar apalagi kalo film Hollywood yang box office gitu, kalo buat acara TV saya sangat suka acara-acara film juga kaya acara bioskop TransTV, tapi kalo sinetron ga terlalu lagian ceritanya gitu-gitu aja alias ga penting buat gue, tapi kalo acara olahraga udah pastinya bola apalagi bentar lagi Euro bukan? So pastinya gue suka banget nonton*”⁷⁰. Dengan demikian memang rata-rata

⁷⁰ Hasil wawancara dengan salah satu responden pada 1 Juni 2008 di *Electronic Solution* (Poins Square, Lebak Bulus)

responden memiliki gaya hidup suka menonton dalam meluangkan waktunya terutama di Jakarta, walaupun ada beberapa responden yang tidak menyukai menonton.

b. Indikator 2: responden menonton lebih dari 5 (lima) jam per hari.

Tabel IV.7
Menonton lebih dari 5 (lima) jam per hari
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	16	16%
Tidak setuju	42	42%
Netral	17	17%
Setuju	21	21%
Sangat Setuju	4	4%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Bersumber pada tabel IV.7 dapat diketahui bahwa sebesar 42% (42 orang) menyatakan tidak setuju menonton lebih dari 5 jam per hari, lalu sebesar 21% (21 orang) menyatakan setuju menonton lebih dari 5 jam per hari. Sedangkan sebesar 17% (17 orang) menyatakan netral atau ragu-ragu, kemudian sebesar 16% (16 orang) menyatakan sangat tidak setuju, dan sebesar 4% (4 orang) menyatakan sangat setuju.

Dari data di atas berarti menunjukkan total kumulatif 46% (46 orang) menyatakan tidak dalam keseharian tidak menonton lebih dari 5 jam. Komentar salah satu seorang responden yang bekerja “*saya ga mungkin nonton lebih dari 5 jam soalnya kan kerja paling juga antara 2-3 jam lah sehabis pulang kantor*”⁷¹.

⁷¹ Hasil wawancara dengan salah satu responden pada 31 Mei 2008 di *Best Denki* (Senayan City)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan orang yang sudah memiliki pekerjaan dan tidak mempunyai waktu lebih dari 5 jam untuk menonton per harinya.

c. **Indikator 3: responden menonton kurang dari 5 (lima) jam per hari.**

Tabel IV.8
Menonton kurang dari 5 (lima) jam per hari
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Tidak setuju	21	21%
Netral	18	18%
Setuju	48	48%
Sangat Setuju	12	12%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Berdasarkan pada tabel IV.8 diketahui bahwa sebesar 48% (48 orang) menyatakan setuju bahwa menonton kurang dari 5 (lima) jam per harinya, sedangkan sebesar 21% (21 orang) menyatakan tidak setuju, kemudian sebesar 18% (18 orang) menyatakan netral atau ragu-ragu. Sementara itu sebesar 12% (12 orang) menyatakan sangat setuju bahwa dirinya menonton kurang dari 5 jam per hari sedangkan sebesar 1% (1 orang) menyatakan sangat tidak setuju.

d. Indikator 4: responden menyukai film *genre* jenis tertentu.

Tabel IV.9
Menyukai film jenis tertentu
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak setuju	7	7%
Netral	17	17%
Setuju	54	54%
Sangat Setuju	22	22%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebesar 54% (54 orang) menyatakan setuju bahwa mereka memang menyukai jenis-jenis film tertentu seperti *horror, drama, thriller*, dan lain sebagainya. Sementara itu sebesar 22% (22 orang) menyatakan sangat setuju, sedangkan sebesar 17% (17 orang) menyatakan netral atau ragu-ragu, dan sebesar 7% (7 orang) menyatakan tidak setuju.

Dari data di atas menunjukkan bahwa total keseluruhan responden menyetujui bahwa mereka menyukai film jenis tertentu sebesar 76% (76 orang), seperti yang diungkapkan oleh salah satu responden "*gue emang lebih suka nonton film horror atau action ketimbang drama, yah soalnya ga semua genre film gue suka, tapi bukan berarti gue ga suka drama lho, secara untuk drama gue masih tetep aja suka Titanic hehe tapi gue ga suka semua drama ntar dikiranya melankolis lagi*"⁷². Kesukaan memilih tontonan pada jenis tertentu dapat menentukan seberapa keinginan mereka untuk menonton film yang disukai,

⁷² Hasil wawancara dengan salah satu responden pada 1 Juni 2008 di *Electronic Solution* (Poins Square, Lebak Bulus)

karena gaya hidup yang menuntut kesempurnaan dalam menonton hal tersebut pula dapat memicu seseorang memiliki minat pembelian TV LCD.

e. Indikator 5: responden menyukai nonton di rumah dengan *home theatre*.

Tabel IV.10
Menyukai nonton di rumah dengan *home theatre*
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Tidak setuju	13	13%
Netral	36	36%
Setuju	37	37%
Sangat Setuju	13	13%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebesar 37% (37 orang) menyatakan setuju bahwa responden menyukai menonton di rumah dengan menggunakan *home theatre*. Sementara itu sebesar 36% (36 orang) menyatakan netral atau ragu-ragu, lalu sebesar 13% (13 orang) menyatakan tidak setuju, sedangkan 13% (13 orang) lainnya menyatakan sangat setuju, dan sebesar 1% (1 orang) menyatakan sangat tidak setuju.

Dari hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa total keseluruhan yang menyetujui baik dari pernyataan setuju atau sangat setuju sebesar 50% (50 orang) menyatakan bahwa mereka menyukai menonton di rumah dengan menggunakan *home theatre*. Demikian pernyataan salah seorang responden “*gue lebih suka nonton di rumah pake home theatre, soalnya enak ga musti antri loket kaya di bioskop belum lagi kadang-kadang di bioskop suka bikin males soalnya ada orang-orang yang kadang ganggu banget kaya ketawa padahal adegannya lagi seru-serunya atau bukan adegan yang lucu tapi cekikan, yang*

*kaya gitu itu bikin gue males, belum lagi kalo nonton di rumah nuansanya lebih dapet kalo buat hayatin film ketimbang di bioskop hehehe gaya bet yah*⁷³. Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan juga bahwa dengan menyukai menonton dengan *home theatre* itu membuktikan bahwa TV LCD dapat menjadi pilihan untuk dimiliki oleh konsumen di Jakarta selain karena untuk gaya hidup tetapi juga sebagai alasan untuk memberikan kepuasan menonton film di rumah dengan menggunakan TV LCD, mengingat TV tersebut merupakan layar datar yang *aspect ratio* nya sama dengan bioskop yaitu 16:9 dibandingkan TV tabung/konvensional dengan *aspect ratio* nya 4:3.

f. **Indikator 6: responden menyukai nonton di luar rumah seperti ke bioskop.**

Tabel IV.11
Menyukai nonton di luar rumah seperti ke bioskop
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Tidak setuju	16	16%
Netral	34	34%
Setuju	33	33%
Sangat Setuju	15	15%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Berdasarkan hasil data di atas dapat dilihat bahwa sebesar 34% (34 orang) menyatakan netral atau ragu-ragu terhadap pernyataan kesukaan responden untuk menonton di luar rumah yaitu di bioskop. Sementara itu

⁷³ Hasil wawancara dengan salah satu responden pada 1 Juni 2008 di *Electronic Solution* (Poin Square, Lebak Bulus)

sebesar 33% (33 orang) menyatakan setuju, lalu sebesar 16% menyatakan tidak setuju, sedangkan sebesar 15% menyatakan sangat setuju, dan sebesar 2% (2 orang) menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil data di atas sebagian besar responden menanggapi pernyataan secara netral atau ragu-ragu, dengan kata lain untuk ke bioskop sebagian besar responden tidak selalu menonton di bioskop.

g. Indikator 7: responden mencari informasi sebelum membeli produk baru.

Tabel IV.12
Mencari informasi sebelum membeli produk baru
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak setuju	2	2%
Netral	9	9%
Setuju	44	44%
Sangat Setuju	45	45%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa sebesar 45% (45 orang) menyatakan sangat setuju dengan pernyataan responden mencari informasi sebelum membeli produk baru, sedangkan sebesar 44% (44 orang) menyatakan setuju. Sementara itu sebesar 9% (9 orang) menyatakan netral atau ragu-ragu, dan sebesar 2% (2 orang) menyatakan tidak setuju. Dari hasil data di atas dapat disimpulkan bahwa total keseluruhan dari responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju sebesar 89% (89 orang) mencari informasi terlebih dahulu terhadap produk yang akan dibelinya terutama produk baru. Seperti yang dikemukakan oleh salah seorang responden "*ya iyalah saya pasti cari info*

tentang produk baru yang mau saya beli apalagi elektronik, nyesel kan kalo ternyata barang yang kita beli rusak sebelum waktunya atau ternyata fitur-fitur yang kita inginkan malah ga ada pasti saya tanya-tanya ke teman, atau melihat info produk di internet biar puas gitu mas⁷⁴.

B.2 Interest

Interest atau ketertarikan terhadap sesuatu dan apa yang menurut mereka penting di dalam hidup ini dapat menentukan gaya hidup seseorang. Dalam penelitian ini penulis membagi dimensi *interest* menjadi 5 (lima) indikator dalam kuesioner yang ditampilkan melalui tabel frekuensi untuk mengetahui jumlah frekuensi dan persentase atau persepsi keseluruhan responden.

a. Indikator 1: Responden merupakan pengikut mode/trend saat ini

Tabel IV.13
Responden merupakan pengikut mode/trend saat ini
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Tidak setuju	25	25%
Netral	42	42%
Setuju	24	24%
Sangat Setuju	5	5%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa sebagian besar sejumlah 42% (42 orang) menyatakan netral atau ragu-ragu, sedangkan sebesar 25% (25 orang) menyatakan tidak setuju. Sementara itu sebesar 24% (24 orang) menyatakan setuju, lalu sebesar 5% (5 orang) menyatakan sangat setuju, dan sebesar 4% (4

⁷⁴ Hasil wawancara dengan salah satu responden pada 3 Juni 2008 di Agis (Pondok Indah Mall 1)

orang) menyatakan sangat tidak setuju. Ini dapat diartikan bahwa sebagian responden bukan merupakan orang yang mengikuti trend/mode saat ini, karena mereka bukan lah orang merasa wajib atau harus mengikuti trend saat ini atau hanya sekedar ikut-ikutan dengan orang lain.

b. Indikator 2: Responden termasuk orang yang tertarik untuk mencoba produk baru

Tabel IV.14
Responden termasuk orang yang tertarik mencoba produk baru
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak setuju	17	17%
Netral	27	27%
Setuju	46	46%
Sangat Setuju	10	10%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa sebesar 46% (46 orang) responden menyatakan setuju bahwa mereka termasuk orang yang tertarik untuk mencoba produk baru, sedangkan sebesar 27% (27 orang) menyatakan netral. Sementara itu sebesar 17% (17 orang) menyatakan tidak setuju yang artinya mereka tidak tertarik mencoba produk baru, lalu sebesar 10% (10 orang) sangat setuju. Seperti yang dikemukakan oleh seorang responden "*saya orangnya suka penasaran kalau ada produk baru apalagi elektronik dari berbagai produk kaya TV, handphone, game console, dan lain-lain, pokoknya yang lagi booming atau sedang dibicarakan atau banyak digunakan oleh orang lain*"⁷⁵. Jadi dapat

⁷⁵ Hasil wawancara dengan salah satu responden pada 3 Juni 2008 di Agis (Pondok Indah Mall 1)

disimpulkan bahwa dengan banyaknya total kumulatif pernyataan setuju dan sangat setuju sebesar 56% (56 orang) berarti responden juga tertarik untuk mencoba atau membeli terhadap TV LCD karena elektronik tersebut masih merupakan produk baru elektronik di Indonesia terutama Jakarta.

c. Indikator 3: Responden memikirkan kepentingan keluarga terlebih dahulu sebelum membeli produk

Tabel IV.15
Responden memikirkan kepentingan keluarga terlebih dahulu
sebelum membeli produk
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak setuju	6	6%
Netral	22	22%
Setuju	47	47%
Sangat Setuju	25	25%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Dari hasil penelitian di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar 47% (47 orang) menyatakan setuju bahwa mereka memikirkan kepentingan keluarga terlebih dahulu sebelum membeli produk, dan sebesar 25% (25 orang) menyatakan setuju. Sementara itu sebesar 22% (22 orang) menyatakan netral atau ragu-ragu, sedangkan sebesar 6% (6 orang) menyatakan tidak setuju. Seperti yang diungkapkan oleh seorang responden “kalau saya beli suatu produk baru pasti dipikir dulu apakah barang tersebut bermanfaat untuk keluarga apalagi kalau itu TV LCD, apakah TV tabung yang di rumah memang sudah layak diganti? Soalnya nanti kalo ternyata keluarga ga setuju yah ga beli, tapi biasanya

anak suka sich TV gede, tapi tetep suami yang punya dana dan kuasa kan..”⁷⁶.
Jadi dapat disimpulkan bahwa secara kumulatif total responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju adalah 67% (67 orang) bahwa mereka lebih tertarik terhadap kepentingan keluarga sebelum membeli produk terutama produk baru yang menyangkut penggunaan bersama seperti TV LCD.

d. Indikator 4: Responden tertarik dengan perkembangan media elektronik saat ini

Tabel IV.16
Responden tertarik dengan perkembangan elektronik saat ini
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak setuju	4	4%
Netral	26	26%
Setuju	54	54%
Sangat Setuju	16	16%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Dari hasil penelitian di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar 54% (54 orang) menyatakan setuju dengan perkembangan elektronik saat ini, sedangkan sebesar 26% (26 orang) menyatakan netral atau ragu-ragu, dan sebesar 16% (16 orang) menyatakan sangat setuju. Sementara itu sebesar 4% (4 orang) menyatakan tidak setuju terhadap perkembangan elektronik saat ini. Dan yang diungkapkan salah seorang responden *“menurut gue, emang perkembangan elektronik saat ini sudah sangat berkembang, coba aja perhatiin dari zaman handphone masih segede kotak pensil, terus jadi makin tipis, belum lagi layarnya*

⁷⁶ Hasil wawancara dengan salah satu responden pada 3 Juni 2008 di Agis (Pondok Indah Mall 1)

yg hitam-putih sampe warna, TV juga gitu dari zaman layar hitam-putih, terus berkembang jadi TV warna, terus TV warna ada yang berbentuk flat tapi masih tabung, terus berkembang lagi jadi TV yang makin datar dan minimalis serta warnanya yang menyerupai real kayak LCD atau Plasma, dan gue jadi tertarik dengan perkembangan elektronik saat ini yah caranya gue pasti mengunjungi toko elektronik kayak di best denki ini biar tau perkembangan ga gaptek-gaptek banget⁷⁷. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dari total kumulatif setuju dan sangat setuju sebesar 70% (70 orang), mereka tertarik dengan perkembangan elektronik saat ini dan sebagian dari mereka mencoba mencari info perkembangan produk salah satunya dengan cara mengunjungi toko elektronik modern yang ada di pusat-pusat perbelanjaan saat ini, hal tersebut tentu saja dapat menimbulkan minat beli terhadap konsumen, karena dengan tertarik dengan perkembangan elektronik lalu mencari tahu, maka minat beli konsumen akan timbul di kemudian hari.

⁷⁷ Hasil wawancara dengan salah satu responden pada 31 Mei 2008 di *Best Denki* (Senayan City)

e. Indikator 5: Responden akan membelanjakan uangnya untuk membeli elektronik yang disukai

Tabel IV.17
Responden tertarik untuk membelanjakan uangnya
untuk membeli elektronik yang disukai
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Tidak setuju	22	22%
Netral	13	13%
Setuju	51	51%
Sangat Setuju	12	12%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Dari hasil penelitian tersebut dapat dilihat bahwa sebagian besar sejumlah 51% (51 orang) menyatakan setuju bahwa mereka akan membelanjakan uangnya terhadap elektronik yang disukainya, sedangkan sebesar 22% (22 orang) menyatakan tidak setuju. Sementara itu sebesar 13% (13 orang) menyatakan netral atau ragu-ragu terhadap pernyataan tersebut, sedangkan sebesar 12% (12 orang) menyatakan sangat setuju, dan sebesar 2% (2 orang) menyatakan tidak setuju untuk membelanjakan uang terhadap elektronik yang disukainya.

Berikut pernyataan salah seorang responden "*kalo saya punya uang lebih dan tidak mengganggu kebutuhan sehari-hari saya pastilah beli elektronik yang saya suka, toh uang kan ada buat dipake, hehehe, gitu deh mas..*"⁷⁸. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara total kumulatif responden yang memberikan pernyataan setuju dan sangat setuju sebesar 63% (63 orang) bahwa mereka

⁷⁸ Hasil wawancara dengan salah satu responden pada 31 Mei 2008 di *Best Denki* (Senayan City)

akan membelanjakan uangnya terhadap elektronik yang mereka sukai apabila mempunyai uang lebih, dengan demikian pemasar harus membuat suatu promosi yang membuat konsumen menyukai TV LCD, karena responden menyatakan mereka akan membeli elektronik yang mereka sukai.

B.3 *Opinion*

Opinion atau pendapat responden terhadap sesuatu atau yang mereka pikirkan terhadap sesuatu dapat mempengaruhi cara berpikir dan gaya hidup mereka. Dalam penelitian ini penulis membagi dimensi *opinion* menjadi 7 (tujuh) indikator yang ditampilkan melalui tabel frekuensi untuk mengetahui jumlah frekuensi dan persentase atau persepsi keseluruhan responden.

a. Indikator 1: Menurut responden perkembangan TV sudah sangat berkembang

Tabel IV.18
Menurut responden perkembangan TV sudah sangat berkembang
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak setuju	1	1%
Netral	1	1%
Setuju	65	65%
Sangat Setuju	33	33%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Dari hasil penelitian di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar 65% (65 orang) menyatakan setuju bahwa perkembangan TV sudah sangat berkembang, dan sebesar 33% (33 orang) menyatakan sangat setuju. Sementara itu sebesar 1% (1 orang) menyatakan netral atau ragu-ragu, dan sebesar 1% (1 orang) menyatakan tidak setuju. Demikian penuturan salah seorang responden “Iya

kalo menurut saya perkembangan TV sangat jauh berkembang yah, karena saya sendiri mengalami dari yang namanya TV hitam-putih awal tahun 80-an, sampai TV berwarna tabung yang cembung sampai yang flat, terus saat ini sudah ada layar datar dengan ukuran yang sangat besar daripada TV tabung biasanya, membuat saya tambah kagum, tau dech kalo 10 tahun mendatang kaya apalagi yah TV dibuat, jangan-jangan seukuran plastik tipis kayak di film-film futuristik hehehe keren banget pastinya⁷⁹. Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa total kumulatif responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju adalah 98% (98 orang), dengan demikian memang benar TV sudah sangat berkembang berdasarkan opini mereka, dan sebagian merasa tertarik untuk terus mengikuti perkembangannya hingga tahun-tahun ke depan.

b. Indikator 2: Menurut responden TV LCD termasuk elektronik yang berkembang saat ini

Tabel IV.19
Menurut responden TV LCD termasuk elektronik yang berkembang saat ini
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak setuju	3	3%
Netral	11	11%
Setuju	59	59%
Sangat Setuju	27	27%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

⁷⁹ Hasil wawancara dengan salah satu responden pada 31 Mei 2008 di *Best Denki* (Senayan City)

Dari hasil penelitian di atas dapat dilihat bahwa sebesar 59% (59 orang) menyatakan setuju bahwa TV LCD termasuk salah satu produk elektronik yang berkembang saat ini, dan sebesar 27% (27 orang) menyatakan sangat setuju. Sementara itu sebesar 11% (11 orang) menyatakan netral atau ragu-ragu, dan sebesar 3% (3 orang) menyatakan tidak setuju. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa total keseluruhan yang menyatakan setuju dan sangat setuju sebesar 86% (86 orang) kalau TV LCD termasuk elektronik yang berkembang saat ini.

c. Indikator 3: Responden menyukai tampilan TV LCD

Tabel IV.20
Responden menyukai tampilan TV LCD
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak setuju	2	2%
Netral	22	22%
Setuju	66	66%
Sangat Setuju	10	10%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Dari hasil penelitian di atas dapat dilihat bahwa sebesar 66% (66 orang) menyatakan setuju bahwa mereka menyukai tampilan TV LCD, sedangkan sebesar 22% (22 orang) menyatakan netral atau ragu-ragu. Sementara itu, sebesar 10% (10 orang) menyatakan sangat setuju, dan sebesar 2% (2 orang) menyatakan tidak setuju. Demikian salah satu pernyataan responden “*saya sich suka banget sama tampilan TV LCD yah soalnya dia tuh ramping jadi kesannya minimalis dan bisa ditaruh dimana aja belum lagi layarnya yang besar jadi puas banget ngeliatnya apalagi kalo buat nonton pake home theatre pasti kerasa kaya*

di bioskop, pokoknya saya suka banget dech.....”⁸⁰. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa total kumulatif responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju sebesar 76% (76 orang) dimana mereka menyukai tampilan TV LCD secara fisik dan tampilan yang minimalis membuat mereka tertarik untuk membeli dan menggunakannya untuk menonton di rumah menggunakan *home theatre*.

d. Indikator 4: Menurut responden suatu kebutuhankah memiliki TV LCD

Tabel IV.21
Menurut responden suatu kebutuhankah memiliki TV LCD
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	16	16%
Tidak setuju	44	44%
Netral	24	24%
Setuju	9	9%
Sangat Setuju	7	7%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Dari hasil penelitian di atas dapat dilihat bahwa sebesar 44% (44 orang) menyatakan tidak setuju kalau memiliki TV LCD merupakan suatu kebutuhan, sedangkan sebesar 24% (24 orang) menyatakan netral atau ragu-ragu, dan sebesar 16% (16 orang) menyatakan sangat tidak setuju. Sementara itu sebesar 9% (9 orang) menyatakan setuju dan sebesar 7% (7 orang) menyatakan sangat setuju. Demikian penuturan salah seorang responden “*Untuk saya ga harus yah*

⁸⁰ Hasil wawancara dengan salah satu responden pada 3 Juni 2008 di Agis (Pondok Indah Mall 1)

buat punya TV LCD secara pake TV tabung juga sama aja yang penting buat saya sich keluar gambar, dan tetap bisa lihat info di TV gitu aja sich, lagian siaran TV di Indonesia masih sistem analog kan? Ga kaya di luar negeri yang udah pake sistem digital untuk penyiaran siaran TV nya jadinya gambar TV LCD malah jadi kurang maksimal kalo buat siaran TV, terus kalo buat home theatre juga TV LCD lebih cocok pake Blu-ray Player atau HD-DVD Player secara DVD untuk ukuran piksel masih kecil dan kurang untuk tampilan LCD yang biasanya ukuran pikselnya besar kan?yah intinya sich mas yah bukan suatu kebutuhan menurut saya aja yah...”⁸¹. Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa total kumulatif responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju adalah sebesar 60% (60 orang), mereka tidak sependapat bahwa memiliki TV LCD merupakan suatu kebutuhan.

e. Indikator 5: Menurut responden TV LCD menggambarkan pemiliknya

Tabel IV.22
Menurut responden TV LCD menggambarkan pemiliknya
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	12	12%
Tidak setuju	27	27%
Netral	32	32%
Setuju	19	19%
Sangat Setuju	10	10%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

⁸¹ Hasil wawancara dengan salah satu responden pada 1 Juni 2008 di *Electronic Solution* (Poins Square, Lebak Bulus)

Dari hasil penelitian di atas dapat dilihat bahwa sebesar 32% (32 orang) menyatakan netral atau ragu-ragu kalau TV LCD menggambarkan pemiliknya. Sedangkan sebesar 27% (27 orang) menyatakan tidak setuju, dan sebesar 12% (12 orang) menyatakan sangat tidak setuju. Sementara itu sebesar 19% (19 orang) menyatakan setuju, dan sebesar 10% (10 orang) menyatakan sangat setuju. Demikian penuturan salah seorang responden:

“saya sedikit bingung maksudnya apa mas? Menggambarkan pemilik? Ooo kalau menurutnya status kalau dia punya TV LCD berarti orang kalangan menengah ke atas, saya kurang setuju ya mas, kalau dikatakan begitu soalnya kalo awal-awal tahun 2004 atau 2005 an itu mungkin iya soalnya harga TV LCD masih mahal banget tapi sekarang harganya udah turun tapi bukan berarti murah juga cuma kalau menggambarkan pemiliknya punya hobi nonton kalo punya TV LCD mungkin bisa lah yah soalnya kan pasti mereka beli TV tersebut demi kepuasan untuk menonton di rumah.....”⁸².

Berdasarkan penelitian tersebut walaupun sebesar 32% menyatakan netral atau ragu-ragu, namun total kumulatif pernyataan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebesar 39%, masih lebih besar daripada total kumulatif pernyataan setuju dan sangat setuju yang hanya 29%, berarti hampir keseluruhan responden menyatakan tidak sependapat dengan pernyataan bahwa TV LCD menggambarkan pemiliknya.

⁸² Hasil wawancara dengan salah satu responden pada 1 Juni 2008 di *Electronic Solution* (Poins Square, Lebak Bulus)

f. Indikator 6: Menurut responden TV LCD akan menggantikan posisi TV konvensional/tabung saat ini

Tabel IV.23
Menurut responden TV LCD akan menggantikan posisi TV konvensional/tabung saat ini
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Tidak setuju	12	12%
Netral	26	26%
Setuju	42	42%
Sangat Setuju	19	19%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Dari hasil penelitian di atas dapat dilihat bahwa sebesar 42% (42 orang) menyatakan setuju bahwa TV LCD akan menggantikan posisi TV konvensional/tabung saat ini, sedangkan sebesar 26% (26 orang) menyatakan netral atau ragu-ragu, dan sebesar 19% (19 orang) menyatakan sangat setuju. Sementara itu sebesar 12% (12 orang) menyatakan tidak setuju, dan sebesar 1% (1 orang) menyatakan sangat tidak setuju. Demikian pemaparan salah seorang responden “*menurut saya TV LCD akan menggantikan posisi TV tabung di rumah-rumah kalau harganya semakin turun dan dapat dibeli oleh semua kalangan bukan untuk kalangan tertentu saja jadi yah kita lihat saja nanti beberapa tahun lagi*”⁸³. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden secara keseluruhan menyatakan setuju bahwa TV LCD akan menggantikan TV tabung berwarna tetapi hal itu akan mungkin apabila harga yang ditawarkan oleh pemasar semakin turun dari harga yang sekarang.

⁸³ Hasil wawancara dengan salah satu responden pada 1 Juni 2008 di *Electronic Solution* (Poins Square, Lebak Bulus)

g. Indikator 7: Menurut responden TV LCD termasuk barang mewah

Tabel IV.24
Menurut responden TV LCD termasuk barang mewah
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Tidak setuju	9	9%
Netral	26	26%
Setuju	43	43%
Sangat Setuju	20	20%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Dari hasil penelitian di atas dapat dilihat bahwa sebesar 43% (43 orang) menyatakan setuju bahwa TV LCD termasuk barang mewah, sedangkan sebesar 26% (26 orang) menyatakan netral atau ragu-ragu, sedangkan sebesar 20% (20 orang) menyatakan sangat setuju. Sementara itu, sebesar 9% (9 orang) menyatakan tidak setuju, dan sebesar 2% (2 orang) menyatakan sangat tidak setuju. Demikian pernyataan seorang responden *"TV LCD menurut saya masih barang mewah yah soalnya ga semua orang punya kan paling-paling cuma kalangan menengah ke atas atau orang yang niat pengen beli tuh TV..."*⁸⁴. Berdasarkan hasil penelitian tersebut secara total kumulatif dari responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju adalah 63% (63 orang), mereka mengakui bahwa TV LCD masih merupakan barang mewah untuk sebagian orang karena tidak semua orang mampu beli LCD karena target pasarnya kalangan menengah ke atas.

⁸⁴ Hasil wawancara dengan salah satu responden pada 3 Juni 2008 di Agis (Pondok Indah Mall 1)

C. Penyajian dan Analisis Data terhadap hasil penelitian dari Minat Pembelian

Pada bagian ini akan menjelaskan variabel kedua (y) yaitu Minat Pembelian sebagai suatu respon yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan menggunakan kuesioner yang masuk dinyatakan dalam indikator dengan alternatif jawaban: sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju. Kemudian setiap jawaban diberi bobot nilai yang berbeda sesuai dengan skala yang ditetapkan dalam penelitian yaitu skala Likert. Dalam bagian ini penulis menurunkan variabel minat beli menjadi 8 (delapan) indikator seperti yang ada di bawah ini:

1. Responden berminat membeli dan memiliki TV LCD

Tabel IV.25
Responden berminat membeli dan memiliki TV LCD
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak setuju	4	4%
Netral	29	29%
Setuju	54	54%
Sangat Setuju	13	13%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Dari hasil penelitian di atas dapat dilihat bahwa sebesar 54% (54 orang) menyatakan setuju bahwa mereka berminat membeli dan ingin memiliki TV LCD, sedangkan sebesar 29% (29 orang) menyatakan netral atau ragu-ragu. Sementara itu sebesar 13% (13 orang) menyatakan sangat setuju, dan sebesar 4% (4 orang) menyatakan tidak setuju. Seperti yang dikemukakan oleh salah seorang responden "*saya punya niat untuk beli TV itu tapi kalau punya dana dan memang keluarga mendukung untuk membeli, tapi kalau TV yang ada di ruang*

*...tamu sudah rusak kali yah....*⁸⁵, Namun ada yang memiliki pernyataan lain “*Saya sich ga terlalu setuju yah untuk beli TV LCD kalau ga butuh-butuh amat soalnya fungsi TV juga apa sih yah cuma buat nonton kalo masalah TV LCD lebih mutakhir atau memberikan kenyamanan lebih ketimbang TV tabung itu relatif ya! kan pendapat orang beda-beda*”⁸⁶. Berdasarkan penelitian tersebut memang sebagian besar responden setuju bahwa mereka memiliki minat untuk membeli dan memiliki TV LCD yang lebih didasarkan pada penggantian TV lama ke TV baru, sedangkan untuk responden yang tidak setuju atau netral mereka lebih memikirkan inti fungsi TV itu ketimbang fitur-fitur lebih yang dimiliki oleh TV LCD.

2. Responden berminat membeli TV LCD karena harga yang ditawarkan toko elektronik tertentu

Tabel IV.26
Responden berminat membeli TV LCD karena harga yang ditawarkan toko elektronik tertentu
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Tidak setuju	21	21%
Netral	34	34%
Setuju	35	35%
Sangat Setuju	9	9%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Dari hasil penelitian di atas dapat dilihat bahwa sebesar 35% (35 orang) menyatakan setuju bahwa mereka berminat membeli TV LCD karena harga yang

⁸⁵ Hasil wawancara dengan salah satu responden pada 3 Juni 2008 di Agis (Pondok Indah Mall 1)

⁸⁶ *Ibid.*

ditawarkan toko elektronik tertentu, sedangkan sebesar 34% (34 orang) menyatakan netral atau ragu-ragu. Sementara itu sebesar 21% (21 orang) menyatakan tidak setuju, lalu sebesar 9% (9 orang) menyatakan sangat setuju, dan sebesar 1% (1 orang) menyatakan sangat tidak setuju terhadap pernyataan tersebut. Seperti yang dikemukakan oleh seorang responden "*saya mau beli kalau toko elektronik ngasih discount ke konsumennya atau ngasih undian buat ikutan kuis juga boleh, alasannya karena masing-masing toko elektronik tuh beda-beda, contohnya coba deh mas liat di best denki sama electronic city, pasti beda banget, ada yang lebih mahal, atau kadang-kadang harganya jadi beda jauh, males banget kan kalo bedanya ampe ratusan ribu, kalo cuma sepuluh atau dua puluh ribu mah ga pa pa...*"⁸⁷. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju berminat membeli dengan harga yang ditawarkan toko tertentu, mengingat perusahaan Panasonic memberikan kebebasan kepada tiap toko untuk memberikan potongan harga atau *discount* pada produknya yang disebut dengan *in store promo*, hal tersebut dapat menaikkan minat beli konsumen terhadap TV LCD terutama merek Panasonic⁸⁸.

⁸⁷ Hasil wawancara dengan salah satu responden pada 31 Mei 2008 di *Best Denki* (Senayan City)

⁸⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Agung Triharsono sebagai staff *Marketing Visual* di PT. Panasonic Gobel Indonesia pada 22 Mei 2008.

3. Responden berminat membeli TV LCD karena mereknya

Tabel IV.27
Responden berminat membeli TV LCD karena mereknya
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak setuju	8	8%
Netral	18	18%
Setuju	58	58%
Sangat Setuju	16	16%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Dari hasil penelitian di atas dapat dilihat bahwa sebesar 58% (58 orang) menyatakan setuju bahwa mereka membeli TV LCD berdasarkan merek, sedangkan sebesar 18% (18 orang) menyatakan netral atau ragu-ragu. Sementara itu sebesar 16% (16 orang) menyatakan sangat setuju, dan sebesar 8% (8 orang) menyatakan tidak setuju. Demikian yang dituturkan oleh seorang responden:

“saya kalau beli apa pun ngga cuma elektronik pasti lihat merek, secara yang namanya merek kan pasti bawa nama perusahaan, semakin bagus dan terkenal merek itu, pasti orang lain akan berani mencobanya. Soalnya saya ga mau ambil resiko nyoba merek-merek yang belum jelas alam rimbanya apalagi yang ga terkenal gitu, apalagi kalau beli elektronik mas, saya pasti lihat banget mereknya, masalahnya kalau rusak ntar komplain ke mana? Yang ada bukannya untung malah buntung terus nyesel, aduh jangan sampai deh....”⁸⁹.

Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa total kumulatif responden yang memberikan pernyataan setuju dan sangat setuju adalah sebesar 74% (74 orang) menyatakan mereka berminat membeli TV LCD karena mereknya, di samping itu alasan mereka memilih merek lebih karena pelayanan purna jual setelah membeli TV LCD atau pun kualitas dari merek TV tersebut.

⁸⁹ Hasil wawancara dengan salah satu responden pada 31 Mei 2008 di *Best Denki* (Senayan City)

4. Responden berminat membeli TV LCD karena fitur-fitur yang ditawarkan

Tabel IV.28
Responden berminat membeli TV LCD karena fitur-fitur yang ditawarkan
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak setuju	7	7%
Netral	18	18%
Setuju	53	53%
Sangat Setuju	22	22%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Dari hasil penelitian di atas dapat dilihat bahwa sebesar 53% (53 orang) menyatakan setuju bahwa mereka berminat membeli TV LCD karena fitur-fitur yang ditawarkan, kemudian sebesar 22% (22 orang) menyatakan sangat setuju, dan sebesar 18% (18 orang) menyatakan netral atau ragu-ragu. Sementara itu sebesar 7% (7 orang) menyatakan tidak setuju. Demikianlah penuturan seorang responden:

"saya kalo mau beli TV LCD pasti lihat fitur-fiturnya dulu kaya berapa ukuran resolusinya, terus kemudahan penggunaannya, pokoknya cara operasi TV ga ngerepotin mas, kan teknologi ada untuk kemudahan bukan mempersulit kan, yah pastinya lah saya cari juga fitur yang ga ada atau beda dari TV lain, hehe musti cari yang beda dari yang dipunya oleh orang lain..."⁹⁰.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa secara total kumulatif pernyataan yang menyatakan setuju dan sangat setuju sebesar 75% (75 orang) menyatakan mereka berminat membeli karena fitur-fitur yang ditawarkan oleh TV LCD, disini salah seorang responden juga menekankan hal tersebut karena mereka ingin memiliki produk yang berbeda fasilitas walaupun

⁹⁰ Hasil wawancara dengan salah satu responden pada 31 Mei 2008 di *Best Denki* (Senayan City)

masih satu jenis yaitu TV LCD. Dan TV LCD Panasonic mempunyai salah satu fitur unik yang namanya *Viera Link* hal tersebut dapat membuat kemudahan bagi pemiliknya dalam menggunakan perangkat elektronik karena hanya butuh satu remote untuk mengaktifkan dan menggunakan semuanya tapi dalam satu merek yaitu Panasonic⁹¹.

5. Responden berminat mencari informasi produk TV LCD sebelum membeli

Tabel IV.29
Responden berminat mencari informasi
produk TV LCD sebelum membeli
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak setuju	5	5%
Netral	15	15%
Setuju	46	46%
Sangat Setuju	34	34%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Dari hasil penelitian tersebut dapat dilihat bahwa sebesar 46% (46 orang) menyatakan setuju bahwa mereka berminat mencari informasi produk TV LCD sebelum membeli, dan sebesar 34% (34 orang) menyatakan sangat setuju. Sementara itu sebesar 15% (15 orang) menyatakan netral atau ragu-ragu, kemudian sebesar 5% (5 orang) menyatakan tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden menyatakan setuju bahwa mereka berminat mencari informasi sebelum membeli produk TV LCD.

⁹¹ Hasil Wawancara dengan Bapak Agung Triharsono sebagai staff *Marketing Visual* di PT. Panasonic Gobel Indonesia pada 22 Mei 2008.

6. Responden berminat membeli karena promosi yang dilakukan produsen/pemasar TV LCD

Tabel IV.30
Responden berminat membeli karena
promosi yang dilakukan produsen/pemasar TV LCD
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Tidak setuju	19	19%
Netral	30	30%
Setuju	40	40%
Sangat Setuju	7	7%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Dari hasil penelitian di atas dapat dilihat bahwa sebesar 40% (40 orang) menyatakan setuju bahwa mereka berminat membeli TV LCD karena promosi yang dilakukan pemasar/produsen TV bukan toko. Sementara itu sebesar 30% (30 orang) menyatakan netral atau ragu-ragu, kemudian sebesar 19% (19 orang) menyatakan tidak setuju, sedangkan sebesar 7% (7 orang) menyatakan sangat setuju, dan sebesar 4% (4 orang) menyatakan sangat tidak setuju. Demikian pernyataan salah seorang responden:

“saya mungkin akan beli kali yah kalau ada promosi khusus dari TV LCD kayak misalnya kalo beli TV LCD dapat gratis sekalian home theatre nya juga gitu, tapi kalo promosi yang kaya mengikuti undian berhadiah, mungkin ga terlalu niat beli kali ya soalnya belum tentu juga menang, jadi saya mungkin beli kalo promosi yang ngasih hadiah langsung bukan yang diundi berapa bulan lagi gitu...”⁹².

Berdasarkan hasil penelitian tersebut diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan setuju dan berminat membeli TV LCD jika ada promosi yang diberikan oleh pemasar atau produsen, namun berdasarkan hasil

⁹² Hasil wawancara dengan salah satu responden pada 31 Mei 2008 di *Best Denki* (Senayan City)

wawancara mereka lebih berminat membeli apabila promosi yang diberikan seperti pemberian hadiah tertentu secara langsung bukan promosi undian yang hadiahnya tidak secara langsung diberikan dan biasanya tidak semua konsumen pasti mendapatkan hadiah dari promosi yang diberikan.

7. Responden berminat membeli TV LCD karena memiliki hobi menonton

Tabel IV.31
Responden berminat membeli TV LCD karena memiliki hobi menonton
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak setuju	26	26%
Netral	37	37%
Setuju	23	23%
Sangat Setuju	14	14%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Dari hasil penelitian di atas dapat dilihat bahwa sebesar 37% menyatakan netral atau ragu-ragu terhadap pernyataan responden berminat membeli TV LCD karena memiliki hobi menonton, sedangkan sebesar 26% (26 orang) menyatakan tidak setuju. Sementara itu sebesar 23% (23 orang) menyatakan setuju, kemudian sebesar 14% (14 orang) menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil penelitian tersebut rata-rata responden menyatakan ragu-ragu atau netral terhadap pernyataannya tentang minat pembelian TV LCD mereka dikarenakan memiliki hobi menonton.

8. Responden berminat membeli TV LCD karena mengikuti trend gaya hidup

Tabel IV.32
Responden berminat membeli TV LCD
karena mengikuti trend gaya hidup konsumtif
n=100

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	15	15%
Tidak setuju	40	40%
Netral	19	19%
Setuju	18	18%
Sangat Setuju	8	8%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Dari hasil penelitian di atas dapat dilihat bahwa sebesar 40% menyatakan tidak setuju bahwa mereka berminat membeli TV LCD karena mengikuti trend gaya hidup, sedangkan sebesar 19% menyatakan netral atau ragu-ragu. Sementara itu sebesar 18% (18 orang) menyatakan setuju, tetapi sebesar 15% (15 orang) menyatakan sangat tidak setuju, dan sebesar 8% (8 orang) menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil pernyataan tersebut bahwa rata-rata sebagian besar responden menyatakan tidak setuju terhadap pernyataan bahwa mereka mempunyai minat beli TV LCD dikarenakan mengikuti trend gaya hidup konsumtif yang saat ini dapat ditemui di kota-kota besar dunia salah satunya di Jakarta.

D. Analisis Korelasi Hubungan Gaya Hidup terhadap Minat Pembelian TV LCD di Jakarta.

Untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel yakni variabel gaya hidup dengan Minat Pembelian TV LCD maka akan digunakan perhitungan korelasi. Perhitungan korelasi yang digunakan yaitu uji korelasi Spearman Rank yang mana cocok untuk digunakan karena semua data berkategori ordinal. Berikut tabel hasil perhitungan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product & Service Solution*)15.0:

Tabel IV.33
Hasil Analisis Gaya Hidup dan Minat Pembelian
Dengan Program SPSS (*Statistical Product & Service Solution*) 15.0
Correlations

			Gaya_Hidup	Minat_Pembelian
Spearman's rho	Gaya_Hidup	Correlation	1,000	,501(**)
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	.	,000
	Minat_Pembelian	N	100	100
		Correlation	,501(**)	1,000
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	100	100

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

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, tahun 2008

Berdasarkan tabel korelasi Spearman Rank di atas diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0.501 dalam bentuk hubungan positif dan termasuk dalam kategori tingkat hubungan sedang/cukup kuat⁹³. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar $\alpha = 0.01$.

⁹³ Sugiono, *Op.Cit.* hal. 149

UJI STATISTIK

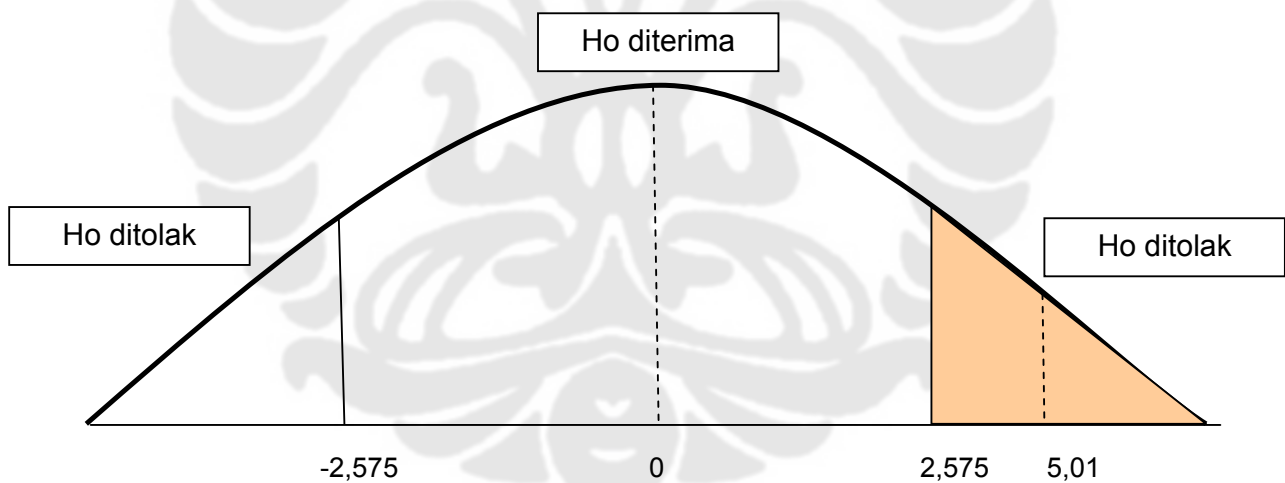
Pada $\alpha = 0.01$ dengan pengujian dua arah untuk $n > 30$, maka dapat dipergunakan rumus Z hitung sebagai berikut⁹⁴:

$$\begin{aligned} \text{Zhitung} &= \frac{rs}{\sqrt{1/(n-1)}} \\ &= \frac{0,501}{\sqrt{1/(100-1)}} = 0,501/0,1 = 5,01 \end{aligned}$$

Kemudian perhitungan Z tabel menggunakan rumus sebagai berikut.⁹⁵

$$Z = 50\% - \alpha/2$$

$$Z = 50\% - 0,01/2 = 0,495 \rightarrow \text{pada tabel distribusi Z dapat dilihat nilai Z tabel} = 2,575$$



Gambar IV.6
UJI STATISTIK

Sumber: Hasil Olahan Statistik, tahun 2008

⁹⁴ Dergibson Siagian dan Sugiarto, *Op.Cit.*, hal. 42

⁹⁵ *Ibid*, hal. 273

Dengan demikian dapat diketahui bahwa Hipotesis Nol (H_0) ditolak karena nilai $Z_{hitung (5,01)} > Z_{tabel}$, jadi ada hubungan yang signifikan antara variabel gaya hidup dengan minat pembelian TV LCD di Jakarta. Dari perhitungan diatas, dengan koefisien korelasi sebesar 0,501 dapat dikatakan adanya hubungan yang memiliki arah positif (semakin tinggi gaya hidup menonton konsumen demi kepuasan pribadi maka semakin tinggi pula minat pembelian TV LCD) dengan tingkat kekuatan hubungan sedang/cukup kuat, antara hubungan gaya hidup dengan minat pembelian elektronik khususnya TV LCD di Jakarta.

