

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Penelitian**

Sebelum menyebarkan kuesioner, peneliti sudah melakukan cek manipulasi untuk menilai apakah *treatment* yang diberikan dapat dimengerti dengan mudah oleh calon partisipan. Cek manipulasi diujikan pada sampel kecil sebanyak 30 partisipan. Setelah memastikan cek manipulasi berhasil, peneliti kemudian menyebarkan kuesioner penelitian baik secara *online* maupun *offline* dengan Google Form. Penyebaran kuesioner secara online, dibagikan melalui media sosial seperti WhatsApp, Line, Instagram, dan lain sebagainya. Sementara itu, penyebaran kuesioner *offline* disebarluaskan dalam bentuk *QR code* secara langsung kepada partisipan agar memudahkan partisipan dalam hal pengisian kuesioner. Terakhir, kuesioner tersebut terdiri atas tiga bagian yaitu *consent form*, identitas partisipan, intro OFD, dan *treatment*. Serta, peneliti menggunakan skala *likert* 1-5 poin yang menunjukkan pernyataan sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Sebanyak 176 kuesioner disebarluaskan kepada calon partisipan yang berdomisili di Kota Padang, menyukai minuman berbasis kopi, dan pengguna OFD. Kuesioner disebar mulai dari tanggal 2 Oktober 2025 hingga 7 Oktober 2025. Dari 176 kuesioner yang disebar, total kuesioner yang terisi adalah 154. Selanjutnya, peneliti melakukan pengolahan data. Pengolahan data partisipan dilakukan dengan menggunakan Google Spreadsheet untuk karakteristik partisipan dan SPSS versi 26 untuk mengolah jawaban partisipan.

Setelah menjelaskan karakteristik partisipan, peneliti melakukan uji statistik deskriptif untuk mengetahui gambaran umum dari data yang diuji. Kemudian peneliti melanjutkan dengan uji *instrument* penelitian yang meliputi uji validitas serta uji reliabilitas. Ketika data dinyatakan valid dan reliabel, peneliti melanjutkan uji asumsi anova melalui uji normalitas dan uji homogenitas. Terakhir, dilakukan uji hipotesis dengan uji anova satu

arah dan uji *post hoc* untuk mengetahui perbedaan antar kelompok *treatment* serta uji *effect size* untuk mengetahui besaran pengaruh tersebut.

#### 4.2 Cek Manipulasi

Untuk memastikan bahwa *treatment* yang diberikan kepada partisipan berhasil dikenali, peneliti melakukan cek manipulasi. Cek manipulasi dilakukan kepada 30 sampel kecil guna menguji *treatment* sebelum disebarluaskan kepada sampel besar. Menyesuaikan dengan penelitian terdahulu, cek manipulasi dilakukan dengan memperlihatkan foto gambar minuman tersebut kepada partisipan dan meminta mereka untuk menunjukkan jumlah minuman yang ditampilkan beserta komposisi garisnya (Lee & Lim, 2023).

**Tabel 4. 1 Distribusi Manipulasi Repetisi**

Repetisi Sebenarnya					
		Tidak Yakin	2 Repetisi	3 Repetisi	Total
Repetisi Seharusnya	2 Repetisi	1	111	0	112
	3 Repetisi	1	1	138	140
Total		2	112	138	252

Sumber : Data Primer 2025

Berdasarkan Tabel 4 distribusi manipulasi, mayoritas partisipan berhasil mengenali manipulasi repetisi. Partisipan berhasil menjawab dengan benar pada repetisi kondisi dua sebanyak 99.1%, dan 98.6% pada kondisi tiga. Hal tersebut menunjukkan bahwa desain eksperimen yang diberikan mampu dipahami secara konsisten oleh partisipan.

**Tabel 4. 2 Uji Chi-Square Repetisi**

	Value	df	Asymtotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	245.961	2	.000
Likelihood Ratio	332.028	2	.000
Linear-by-Linear Association	204.491	1	.000

N of Valid Cases	252		
------------------	-----	--	--

Sumber : Data Primer 2025

Berdasarkan Tabel 5 uji chi-square, partisipan berhasil mengenali secara konsisten manipulasi yang diberikan dalam eksperimen. Hasil uji chi-square menunjukkan hubungan yang signifikan yaitu ( $\chi^2(2) = 245.961$ ,  $p < .001$ ) antar kondisi repetisi yang diberikan.

**Tabel 4. 3 Distribusi Manipulasi Komposisi Garis**

		Komposisi Sebenarnya							
		Segitiga mengarah ke atas	Segitiga mengarah ke bawah	Diagonal kiri	Diagonal kanan	Horizontal	Vertikal	Tidak Yakin	Total
Komposisi Seharusnya	Segitiga mengarah ke atas	28	0	0	0	0	0	0	28
	Segitiga mengarah ke bawah	0	28	0	0	0	0	0	28
	Diagonal kiri	0	1	40	13	0	0	2	56
	Diagonal kanan	0	1	10	44	0	1	0	56
	Horizontal	0	0	0	1	55	0	0	56
	Vertikal	0	0	0	0	0	55	1	56
Total		28	30	50	58	55	56	3	280

Sumber : Data Primer 2025

Berdasarkan Tabel 6 distribusi manipulasi, mayoritas partisipan berhasil mengenali manipulasi komposisi garis. Partisipan berhasil menjawab dengan benar komposisi garis yang diberikan sebanyak 89.3%. Artinya, dari 280 jawaban yang dikumpulkan disemua kondisi, 250 diantaranya memberikan jawaban benar. Hal tersebut menunjukkan bahwa desain eksperimen yang diberikan efektif dalam menyampaikan arah komposisi garis yang dimaksudkan.

**Tabel 4. 4 Uji Chi-Square Komposisi Garis**

	Value	df	Asymtotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	1166.827	30	.000
Likelihood Ratio	826.030	30	.000

N of Valid Cases	280		
------------------	-----	--	--

Sumber : Data Primer 2025

Berdasarkan Tabel 7 uji chi-square, partisipan berhasil mengenali secara konsisten manipulasi yang diberikan dalam eksperimen. Hasil uji chi-square menunjukkan hubungan yang sangat signifikan yaitu ( $\chi^2(30) = 1166.827$ ,  $p < .001$ ).

#### 4.3 Karakteristik Partisipan

Sebanyak 176 sampel dipilih dalam penelitian ini. Dari seluruh calon partisipan yang mendapat kuesioner, peneliti mendapat sebanyak 154 kuesioner terisi. Artinya, terdapat 87.5% *response rate* dalam penelitian ini. Berikut karakteristik partisipan yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 5 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	69	44.8 %
Perempuan	85	55.1%
Total	154	100%

Sumber : Data Primer 2025

Tabel 4. 6 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
18-29 Tahun	120	77.9%
30-40 Tahun	22	14.2%
>41 Tahun	12	7.7%
Total	154	100%

Sumber : Data Primer 2025

**Tabel 4. 7 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Frekuensi	Percentase
Pelajar/Mahasiswa	104	67.5%
PNS	11	7.1%
TNI/POLRI	3	1.9%
Pegawai Swasta	13	8.4%
Wirausahawan	9	5.8%
Pegawai BUMN	12	7.7%
Ibu Rumah Tangga	2	1.2%
Total	154	100%

Sumber : Data Primer 2025

Berdasarkan Tabel 8, 44.8 % partisipan berjenis kelamin pria, semenatara 55.1% sisanya adalah perempuan. Kemudian, berdasarkan rentang usia, pada Tabel 9 partisipan yang memenuhi kriteria didominasi oleh rentang usia 18-29 tahun atau sebanyak 77.9% dari total partisipan. Disusul rentang usia 30-40 tahun dengan 14.2% dan rentang usia >41 tahun sebanyak 7.7%. Terakhir, partisipan umumnya adalah pelajar/mahasiswa dengan frekuensi hingga 104 partisipan atau 67.5% disusul oleh pegawai swasta, pegawai bumn, dan PNS.

#### **4.4 Pengujian Instrumen Penelitian**

##### **4.4.1 Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan guna mengukur sejauh mana *instrument* penelitian mampu mengukur variabel penelitian yang ada (Sekaran & Bougie, 2016). Uji validitas kemudian dilakukan menggunakan *software* SPSS versi 26 dengan metode korelasi Pearson. Indikator dalam *instrument* dikatakan valid apabila memiliki nilai  $p\text{-value} < 0,05$  dan  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ . Berikut hasil uji validitas pada variabel daya tarik visual:

**Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Daya Tarik Visual**

		Saya merasa minuman berbasis kopi ini terlihat estetik.	Saya merasa minuman berbasis kopi ini menarik perhatian saya.	Saya merasa visual minuman berbasis kopi ini enak dilihat.
Saya merasa minuman berbasis kopi ini terlihat estetik.	Pearson Correlation	1	.701**	.728**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	154	154	154
Saya merasa minuman berbasis kopi ini menarik perhatian saya.	Pearson Correlation	.701**	1	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	154	154	154
Saya merasa visual minuman berbasis kopi ini enak dilihat.	Pearson Correlation	.728**	.710**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	154	154	154

*Sumber : Data Primer 2025*

Berdasarkan Tabel 11, uji validitas untuk semua item daya tarik visual satu; dua; dan tiga menunjukkan korelasi yang signifikan dan kuat. Diketahui bahwasanya df untuk *sampel size* 154 adalah 152, maka didapat r tabel untuk penelitian ini adalah 0.1330. Oleh karena itu semua nilai r hitung melebihi nilai r tabel yaitu ( $r > 0.1330$ ,  $p < .001$ ). Selain itu, semua item daya tarik visual juga memiliki nilai signifikansi  $< 0.05$ . Artinya, dapat ditarik kesimpulan bahwa semua item instrumen daya tarik visual (DTV1, DTV2, DTV3) dinyatakan valid serta dapat digunakan dalam penelitian ini.

#### **4.4.2 Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengukur keandalan suatu *instrument* penelitian yang menunjukkan hasil konsisten dan dapat diandalkan saat menggunakan (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam penelitian ini, uji Reliabilitas kemudian dilakukan menggunakan *software* SPSS versi 26 dengan metode Cronbach Alpha. Apabila nilai Cronbach Alpha yang didapat dari pengukuran reliabilitas

menghasilkan Cronbach Alpha > 0,6, maka dari itu dapat dinyatakan kuesioner tersebut reliabel dalam penelitian ini.

**Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas**

Cronbach's Alpha	N of Items
.881	3

Sumber : Data Primer 2025

Berdasarkan Tabel 12, ketiga item daya tarik visual menunjukkan nilai Cronbach Alpha sebesar 0.881. Artinya, instrumen tersebut memiliki konsistensi yang tinggi dalam mengukur daya tarik visual dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut. Maka dari itu, nilai Cronbach Alpha 0.881 dalam penelitian ini melebihi 0.06 dinyatakan sangat reliabel dan berada jauh dari ambang batas.

#### 4.5 Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif merupakan uji yang digunakan untuk menghasilkan gambaran umum terkait data yang di uji. Uji statistik deskriptif yang ditampilkan berupa maksimum, minimum, rata-rata, standar deviasi, dan varians yang diperoleh dari indikator (Sekaran & Bougie, 2016). Berikut tabel hasil uji statistik deskriptif penelitian ini:

		Saya merasa minuman berbasis kopi ini terlihat estetik.	Saya merasa minuman berbasis kopi ini menarik perhatian saya.	Saya merasa visual minuman berbasis kopi ini enak dilihat.	Saya memiliki keinginan untuk memesan minuman berbasis kopi ini.
N	Valid	154	154	154	154
	Missing	0	0	0	0
<i>Mean</i>		<b>3.75</b>	<b>3.80</b>	<b>3.82</b>	<b>3.25</b>
<i>Median</i>		4.00	4.00	4.00	3.00

<i>Std. Deviation</i>	.992	.924	.960	1.245
<i>Minimum</i>	1	2	1	1
<i>Maximum</i>	5	5	5	5

**Tabel 4. 10 Uji Statistik Deskriptif**

*Sumber : Data Primer 2025*

Dari Tabel 13, dapat dilihat bahwa rata-rata jawaban partisipan pada setiap item adalah 3.25 hingga 3.802, artinya partisipan cenderung menjawab setuju untuk setiap item pernyataan yang diberikan. Hal tersebut bisa dilihat dari tabel frekuensi dan persentase jawaban partisipan di masing-masing item pernyataan berikut ini:

**Tabel 4. 11 Uji Statistik Deskriptif Item ‘Saya merasa minuman berbasis kopi ini terlihat estetik’**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1.3	1.3	1.3
	Tidak Setuju	16	10.4	10.4	11.7
	Netral	39	25.3	25.3	37.0
	Setuju	<b>58</b>	<b>37.7</b>	<b>37.7</b>	<b>74.7</b>
	Sangat Setuju	39	25.3	25.3	100.0
	Total	154	100.0	100.0	

*Sumber : Data Primer 2025*

**Tabel 4. 12 Uji Statistik Deskriptif Item ‘Saya merasa minuman berbasis kopi ini menarik perhatian saya’**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Tidak Setuju	17	11.0	11.0	11.0
	Netral	33	21.4	21.4	32.5
	Setuju	<b>68</b>	<b>44.2</b>	<b>44.2</b>	<b>76.6</b>
	Sangat Setuju	36	23.4	23.4	100.0
	Total	154	100.0	100.0	

*Sumber : Data Primer 2025*

**Tabel 4. 13 Uji Statistik Deskriptif Item ‘Saya merasa minuman berbasis kopi ini enak dilihat’**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	1.9	1.9	1.9
	Tidak Setuju	12	7.8	7.8	9.7
	Netral	33	21.4	21.4	31.2
	Setuju	<b>68</b>	<b>44.2</b>	<b>44.2</b>	<b>75.3</b>
	Sangat Setuju	38	24.7	24.7	100.0
	Total	154	100.0	100.0	

*Sumber : Data Primer 2025*

**Tabel 4. 14 Uji Statistik Deskriptif Item ‘Saya memiliki keinginan untuk memesan minuman berbasis kopi ini’**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Sangat Tidak Setuju	16	10.4	10.4	10.4
	Tidak Setuju	27	17.5	17.5	27.9
	Netral	42	27.3	27.3	55.2
	Setuju	<b>40</b>	<b>26.0</b>	<b>26.0</b>	<b>81.2</b>
	Sangat Setuju	29	18.8	18.8	100.0
	Total	154	100.0	100.0	

*Sumber : Data Primer 2025*

## 4.6 Uji Prasyarat Anova

Sebelum melakukan uji Anova Satu Arah, maka dilakukan uji prasyarat terlebih dahulu. Oleh karena itu, peneliti melakukan pengujian terhadap prasyarat berikut:

### 4.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah model regresi pada semua variabel terdistribusi secara normal atau tidak.

Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan metode Skewness dan Kurtosis. Data dikatakan tidak normal apabila nilai

Std\_Error < Nilai Skewness atau Kurtosis > 2. Berikut tabel hasil uji normalitas:

**Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	154	-2	2	.00	.983	-.202	.195	-.588	.389
Valid N (listwise)	154								

Sumber : Data Primer 2025

Berdasarkan Tabel 18, analisis distribusi data Daya Tarik Visual dengan Niat Pembelian menunjukkan skewness yang simetris dengan nilai yang mendekati 0 yaitu -0.202 (SE = 0.195). Selanjutnya, kurtosis data Daya Tarik Visual dengan Niat pembelian adalah -0.588 (SE = 0.389) yang menunjukkan data cenderung terdistribusi normal (sangat mendekati normal). Artinya, data menunjukkan puncak yang datar dan ekor yang lebih tipis. Terakhir, hasil Z score skewness menunjukkan nilai -1.0359, sementara kurtosis menunjukkan nilai -0.151157. Maka dari itu, data penelitian ini dapat dikatakan terdistribusi dengan normal.

#### 4.6.2 Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk melihat apakah data antar kelompok bersifat homogen. Data antar kelompok dikategorikan homogen apabila setelah dilakukan uji homogenitas menggunakan metode *Levene's Test* didapat  $p > 0,05$ . Berikut tabel hasil uji homogenitas:

**Tabel 4. 16 Hasil Uji Homogenitas**

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Niat Pembelian	Based on Mean	1.439	10	143	.169
	Based on Median	1.604	10	143	.111
	Based on Median and with adjusted df	1.604	10	132.926	.112
	Based on trimmed mean	1.504	10	143	.144

*Sumber : Data Primer 2025*

Berdasarkan Tabel 19, nilai signifikansi berdasarkan rata-rata menunjukkan 0.169. Artinya, nilai signifikansi lebih besar daripada 0.05. Maka dari itu, *varians* antar kelompok dapat dinyatakan berbeda atau homogen. Sehingga, asumsi homogenitas untuk melanjutkan uji ANOVA terpenuhi.

#### 4.7 Uji Anova Satu Arah

Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan dari rata-rata masing-masing kelompok maka diperlukan uji Anova Satu Arah. Apabila didapat nilai signifikansi menunjukkan  $p < 0,05$  maka terdapat perbedaan signifikan antar rata-rata kelompok. Berikut tabel hasil uji hipotesis menggunakan ANOVA satu arah:

**Tabel 4. 17 Hasil Uji ANOVA satu arah**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	70.623	10	7.062	6.066	.000
Within Groups	166.500	143	1.164		
Total	237.123	153			

*Sumber : Data Primer 2025*

Berdasarkan Tabel 20, nilai signifikansi menunjukkan angka 0.000 yang mana nilai signifikansi tersebut lebih kecil daripada 0.05. Mengetahui bahwasanya nilai signifikansi dibawah 0.05, secara empiris sudah menunjukkan terdapat perbedaan signifikan pada rata-rata niat pembelian diantara kelompok dengan manipulasi visual yang berbeda yang

telah diujikan. Lebih lanjut, untuk melihat kelompok mana yang signifikan dan positif berpengaruh pada niat pembelian, maka wajib dilakukan Uji Post Hoc dengan metode Dunnet. Pemilihan metode Dunnet efektif untuk melihat langsung perbandingan antara kelompok kontrol dengan kelompok yang mengalami manipulasi visual.

#### 4.8 Uji Post Hoc

Setelah dilakukan uji hipotesis menggunakan ANOVA dan mendapat perbedaan rata-rata yang signifikan antar kelompok daya tarik visual. Maka selanjutnya, peneliti melakukan uji *post hoc* untuk mengetahui kelompok mana yang secara signifikan mengalami perbedaan. Dalam hal ini, uji *post hoc* menggunakan metode Dunnett. Metode Dunnet secara spesifik membandingkan kelompok pembanding (dalam hal ini adalah kelompok 1, tanpa repetisi serta garis) dengan kelompok lainnya yang sudah dimanipulasi. Berikut tabel hasil uji *post hoc*:

**Tabel 4. 18 Hasil Uji Post Hoc**

(I) KELOMPOK	(J) KELOMPOK	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Kelompok 2 repetisi, Garis Diagonal Kiri	Kelompok Pembanding, Tanpa Repetisi dan Garis	1.786*	.408	.000	.66	2.91
Kelompok 3 repetisi, Garis Segitga Mengarah Ke Bawah	Kelompok Pembanding, Tanpa Repetisi dan Garis	1.857*	.408	.000	.74	2.98

Sumber : Data Primer 2025

Dibandingkan dengan Kelompok 1, Kelompok 4 (Kelompok 2 repetisi, Garis Diagonal Kiri) menunjukkan intensitas niat pembelian yang lebih tinggi. Hal tersebut bisa dilihat dari selisih mean yaitu 1.786 (SE = 0.408;  $p < 0.01$ ; 95% CI [0.66, 2.91]). Hal yang sama juga berlaku dengan kelompok 11 (Kelompok 3 repetisi, Garis Segitga Mengarah Ke Bawah) yang memperlihatkan peningkatan 1.857 (SE = 0.408;  $p < 0.01$ ; 95% CI [0.74, 2.98]). Kedua kelompok tersebut memiliki signifikansi  $p < 0.01$  dan interval kepercayaan diatas 0. Sehingga, dapat diartikan bahwasanya Kelompok 4 dan Kelompok 11 memiliki perbedaan yang positif dan

signifikan untuk menegaskan efek dari manipulasi visual dibandingkan dengan kelompok 1.

#### 4.9 Uji *Effect Size*

Peneliti melakukan pengukuran lanjutan melalui *Effect Size* untuk menjawab pertanyaan seberapa besar perbedaan tersebut. *Effect Size* diukur dengan mengetahui nilai Cohen's d, apabila nilai Cohen's d  $> 0.08$  maka, efeknya tergolong besar. Berikut langkah pengukuran *Effect Size* yang dilakukan:

**Tabel 4. 19 Mean, N, dan Standard Deviation**

Kelompok	Mean	N	Std. Deviation
Kelompok 1	2.86	14	1.17
Kelompok 4	4.64	14	0.50
Kelompok 11	4.71	14	0.47

Sumber : Data Primer 2025

**Tabel 4. 20 Effect Size**

Keterangan	Perbandingan Kelompok 1 dan 4	Perbandingan Kelompok 1 dan 11
M1-M2	-1.79	-1.86
Pooled sd	0.90	0.89
Cohen's d	<b>-1.99</b>	<b>-2.09</b>

Sumber : Data Primer 2025

Nilai Cohen's d perbandingan Kelompok 1 dengan Kelompok 4 dan Kelompok 11 menunjukkan efek yang sangat besar yaitu -1.99 dan -2.09. Nilai negatif menunjukkan jika skor niat pembelian pada kelompok dengan manipulasi visual lebih tinggi daripada kelompok kontrol, akan tetapi tidak mempengaruhi interpretasi kekuatan efek. Interpretasi Cohen's d mengungkapkan jika nilai yang diperoleh adalah 0.8 atau lebih, maka efek yang dihasilkan tergolong besar. Oleh karena itu, temuan ini mampu mendukung hasil uji statistik sebelumnya (ANOVA dan Dunnett) bahwa manipulasi visual yang dilakukan memiliki pengaruh positif yang sangat kuat dan signifikan mempengaruhi niat pembelian.