

### BAB III

#### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

##### A. SAJIAN DATA

###### 1. Uji Validitas Data

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisisioner tersebut. Pada penelitian ini terdapat 17 butir pertanyaan yang akan diuji keabsahannya. Peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas kepada subscriber otomotif Autonetmagz sebanyak 30 orang ( $n = 30$ ) dengan karakteristik yang sesuai dengan karakteristik responden penelitian. Penelitian ini menggunakan uji validitas dengan *Person Produk Moment*, dihitung dengan menggunakan bantuan computer program *SPSS For Windows*.

Tabel 3.1

Hasil Uji Validitas Variabel Intensitas Mengakses

Definisi Oprasional	Indikator	Total Nilai Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N	Keterangan
Intensitas Menonton	IM1	.877	.000	30	Valid
	IM2	.760	.000	30	Valid
	IM3	.862	.000	30	Valid

Tingkat Kepercayaan	TK1	.920	.000	30	<b>Valid</b>
	TK2	.844	.000	30	<b>Valid</b>
	TK3	.848	.000	30	<b>Valid</b>
	TK4	.869	.000	30	<b>Valid</b>
	TK5	.738	.000	30	<b>Valid</b>
	TK6	.817	.000	30	<b>Valid</b>
	TK7	.880	.000	30	<b>Valid</b>
	TK8	.766	.000	30	<b>Valid</b>
	TK9	.714	.000	30	<b>Valid</b>
	TK10	.815	.000	30	<b>Valid</b>
	TK11	.895	.000	30	<b>Valid</b>
	TK12	.224	.234	30	<b>Tidak Valid</b>
	TK13	.859	.000	30	<b>Valid</b>
	TK14	.345	.062	30	<b>Tidak Valid</b>

Sumber: olah data SPSS 2018

Nilai signifikansi yang diambil  $p=0,05$  dikatakan valid jika nilai  $r$  hitung  $0,05 > r$  tabel batas valid 5% untuk 30 responden adalah 0.361. Maka hasil pengujian validitas variabel Intensitas Mengakses pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa ada 15 butir pertanyaan yang valid dan 2 pertanyaan yang tidak valid. Dimana 16 butir pertanyaan dari variabel IM1, IM2, IM3, TK1, TK2, TK3, TK4, TK5, TK6, TK7, TK8, TK9, TK10, TK11, dan TK13 nilai *Pearson Correlation* lebih dari 0.361. sedangkan variabel TK12 dan TK14 nilai *Pearson Correlation* kurang dari 0.361.

## 2. Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas adalah tingkat kehandalan kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan riabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali dalam Nucifera 2012). Untuk menjadi valid maka instrumen harus reliable terlebih dahulu (Field, 2009:12). Metode yang digunakan untuk mengukur reliabilitaas adalah *Cronbrach Alpha* dari hasil pengolahan data dengan program SPSS. Suatu pertanyaan dikatakan reliabel jika nilai koefisien Alpha lebih besar dari 0,6.

**Tabel 3.2**

**Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of items</b>
<b>X</b>	<b>0,775</b>	<b>3</b>
<b>Y</b>	<b>0,967</b>	<b>12</b>

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 3.2 diatas, dapat diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha pada variabel Intensitas mengakses 0,775 lebih besar dari 0,6. Selain itu dapat diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha pada variabel tingkat kepercayaan adalah 0.967 lebih besar dari 0,6. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian dapat dinyatakan reliabel dan dapat digunakan.

### 3. Uji Validitas Data

Uji validitas data digunakan untuk jumlah sampel sebanyak 163 responden dan nilai alfa yang digunakan sebesar 5% sehingga didapatkan nilai r-tabel sebesar 0,134. Item pertanyaan dikatakan valid bila nilai koefisien korelasi (r) nilainya lebih dari 0,134. Sehingga didapatkan tabel untuk mengidentifikasi apakah valid atau tidak butir pertanyaan dalam kuesioner sebagai berikut :

**Tabel 3.3**  
**Hasil Uji Validitas**

<b>Definisi Oprasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Total Nilai Pearson Correlation</b>	<b>Sig. (2-tailed)</b>	<b>N</b>	<b>Keterangan</b>
Intensitas Menonton	IM1	.891	.000	30	<b>Valid</b>
	IM2	.815	.000	30	<b>Valid</b>
	IM3	.866	.000	30	<b>Valid</b>
Tingkat Kepercayaan	TK1	.911	.000	30	<b>Valid</b>
	TK2	.865	.000	30	<b>Valid</b>
	TK3	.844	.000	30	<b>Valid</b>
	TK4	.896	.000	30	<b>Valid</b>
	TK5	.788	.000	30	<b>Valid</b>
	TK6	.841	.000	30	<b>Valid</b>
	TK7	.887	.000	30	<b>Valid</b>

	TK8	.796	.000	30	<b>Valid</b>
	TK9	.713	.000	30	<b>Valid</b>
	TK10	.830	.000	30	<b>Valid</b>
	TK11	.902	.000	30	<b>Valid</b>
	TK13	.876	.000	30	<b>Valid</b>

#### 4. Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas adalah tingkat kehandalan kuisioner. Suatu kuesioner dikatakan riabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali dalam Nucifera 2012). Untuk menjadi valid maka instrumen harus reliable terlebih dahulu (Field, 2009:12). Metode yang digunakan untuk mengukur reliabilitaas adalah *Cronbrach Alpha* dari hasil pengolahan data dengan program SPSS. Suatu pertanyaan dikatakan reliabel jika nilai koefisien Alpha lebih besar dari 0,6.

**Tabel 3.4**

#### **Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of items</b>
<b>X</b>	<b>0,818</b>	<b>3</b>
<b>Y</b>	<b>0,971</b>	<b>12</b>

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 3.4 diatas, dapat diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha pada variabel Intensitas mengakses adalah 0.818 lebih besar

dari 0,6. Selanjutnya dapat diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha pada variabel tingkat kepercayaan adalah 0.971 lebih besar dari 0,6. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian dapat dinyatakan reliabel dan dapat digunakan.

## **B. ANALISIS DATA**

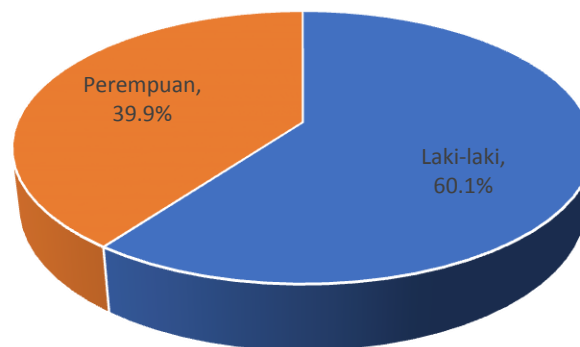
### **1. Karakteristik Responden**

Penelitian ini ditunjukkan kepada semua *subscriber* dari *channel youtube* Mas Wahid. Adapun jumlah populasi dari keseluruhan sampel adalah 176.798 *subscriber* di *channel youtube* Mas Wahid yang diambil pada 19 April 2018. Mengingat jumlah populasi yang besar dan keterbatasan waktu dan biaya penelitian maka dari jumlah seluruh *subscriber* yang berjumlah 176.798 diambil hanya yang melakukan pemesanan dan pembelian. Jumlah *subscriber* yang melakukan pemesanan selama lima bulan terakhir berjumlah 125 pesanan, apabila ditarik menjadi 11 (sebelas) bulan menjadi 275 pesanan. Adapun sampel yang diambil menggunakan teknik perhitungan *Slovin*, yang kemudian menghasilkan nilai minimum sampel yang harus diteliti, yaitu paling sedikit sebanyak 163.

a. Jenis kelamin

**Diagram 3.1**

**Jenis Kelamin Responden**

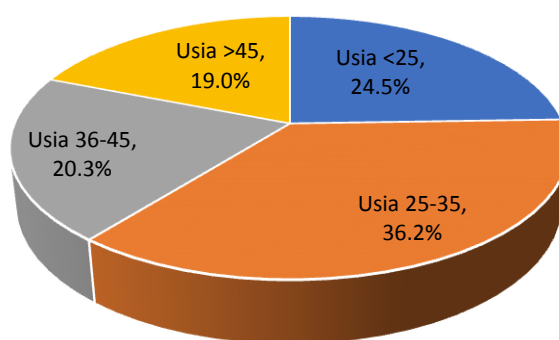


Berdasarkan hasil analisis karakteristik responden, maka mayoritas responden adalah laki-laki sebesar 60,1% atau sebanyak 98 responden. Sedangkan responden perempuan sebesar 39,9% atau 65 responden.

b. Usia responden

**Diagram 3.2**

**Usia responden**



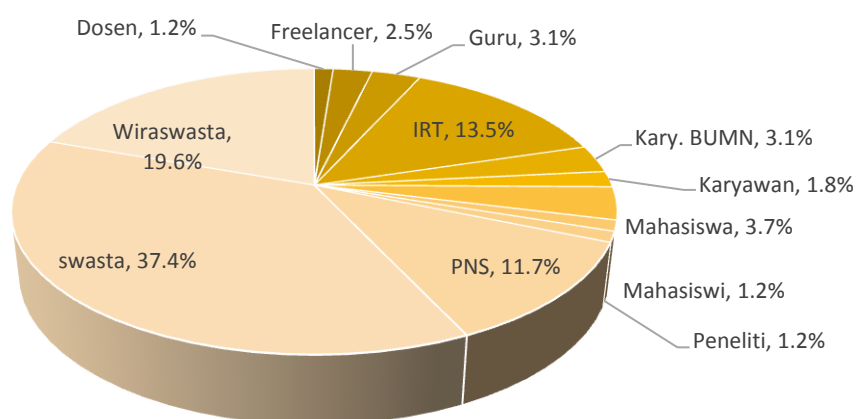
Berdasarkan hasil analisis karakteristik responden, maka mayoritas responden berusia 25-35 tahun sebesar 36.2% atau 59 orang. Usia <25 tahun sebesar 24,5% atau 40 responden. Sedangkan usia 36-45 tahun sebesar 20,3% atau 33 responden. Usia >45 tahun sebesar 19,0% atau 31 responden.



c. Pekerjaan responden

**Diagram 3.3**

**Pekerjaan responden**



Berdasarkan hasil analisis karakteristik responden, maka mayoritas responden memiliki pekerjaan swasta sebanyak 37,4% atau 61 responden. Pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 19,6% atau 32 responden. Sebagai IRT sebanyak 13,5% atau 22 responden. Pekerjaan sebagai PNS sebesar 11,7% atau 19 responden. Responden dengan pekerjaan sebagai mahasiswa 3,7% atau 6 responden. Sebagai guru dan karyawan BUMN sebanyak 3,1% atau 5 responden. Sebagai freelancer 2,5% atau 4 reponden. Karyawan sebesar 1,8% atau 3 responden. Sedangkan dengan pekerjaan sebagai dosen, mahasiswi dan peneliti sebesar 1,2% atau sebanyak 2 responden.

Kesimpulan berdasarkan hasil karakteristik responden yaitu *subscriber* dari *channel youtube* Mas Wahid, diperoleh hasil bahwa mayoritas responden dalam penelitian adalah laki-laki sebanyak 60,1% dengan usia responden berkisar antara 36-45 tahun dan pekerjaan responden adalah swasta sebanyak 37,4%. Hasil ini menunjukkan bahwa responden yang telah menggunakan jasa Mas Wahid adalah laki-laki, hal ini bisa disebabkan mayoritas laki-laki menyukai dunia otomotif dan lebih mengerti kepiawayan Mas Wahid dalam memilih mobil. Penelitian juga menunjukkan bahwa responden yang sudah memiliki penghasilan dengan bidang pekerjaan Swasta dengan rentang usia 36-45 tahun lebih berminat menggunakan jasa Mas Wahid. Hal ini bisa dikarenakan usia matang tersebut responden sudah mampu membedakan kualitas jasa yang ditawarkan Mas Wahid dipandang dari berbagai sisi, seperti harga, kualitas barang dan kepercayaan.

## **2. Analisis Deskriptif Variabel**

Analisis deskriptif menjelaskan mengenai hasil penelitian masing-masing variabel penelitian yaitu Intensitas Menonton *channel youtube* otomotif Mas Wahid terhadap tingkat kepercayaan *subscriber* pada jasa pembelian mobil bekas Mas Wahid. Hasil analisis deskriptif masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

- Intensitas Menonton

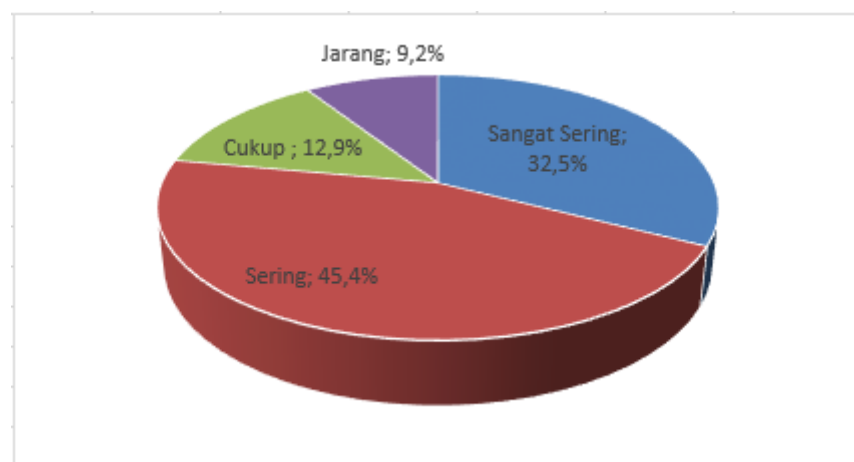
Intensitas menonton merupakan seringnya mereka menonton *youtube* Mas Wahid, indikatornya yaitu frekuensi, durasi, kedalaman. Kemudian dibuat menjadi tiga pertanyaan yang berkaitan,

a. Frekuensi

Berikut ini merupakan diagram hasil jawaban responden mengenai indikator frekuensi:

**Diagram 3.4**

**Frekuensi menonton Youtube mas Wahid selama seminggu**



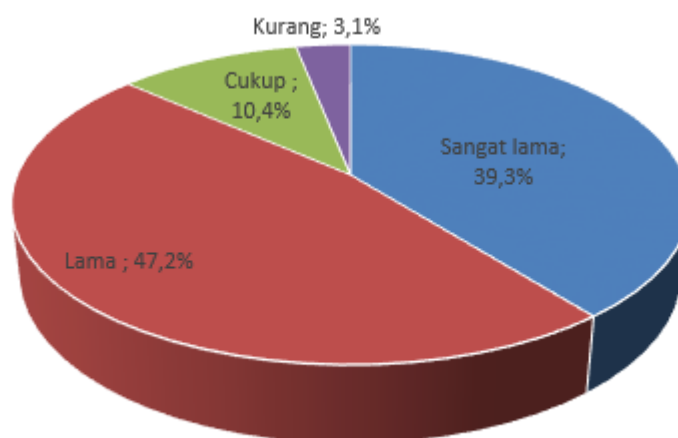
Hasil dari pertanyaan mengenai frekuensi menonton selama seminggu. Yang ditunjukkan pada diagram 3.4 menunjukkan jawaban sebagai berikut, responden memberikan jawaban sering menonton *youtube* mas Wahid sebesar 45,4%, atau 74 responden kemudian yang memberikan jawaban sangat sering sebesar 32,5% atau 53 responden, yang memberikan jawaban cukup sebesar 12,9% atau 21 responden, selanjutnya yang memberikan jawaban jarang sebanyak 9,2% atau 15 responden. Berdasarkan hal tersebut maka mayoritas responden

sering melihat *channel youtube* Mas Wahid dalam waktu seminggu, sehingga jawaban responden tersebut mengidentifikasi bahwa responden sering menonton *channel youtube* Mas Wahid.

b. Durasi

Berikut ini merupakan diagram hasil jawaban dari responden mengenai indikator durasi:

**Diagram 3.5**  
**Lama durasi dalam setiap membuka *youtube***



Hasil dari pertanyaan mengenai lama durasi dalam setiap membuka *youtube*. Yang ditunjukkan pada diagram 3.5 menunjukkan jawaban sebagai berikut, responden yang memberikan jawaban lama sebesar 47,2% atau 77 responden kemudian responden yang memberikan jawaban sangat lama sebanyak 39,3% atau 64 responden, sedangkan responden yang memberikan jawaban cukup sebesar

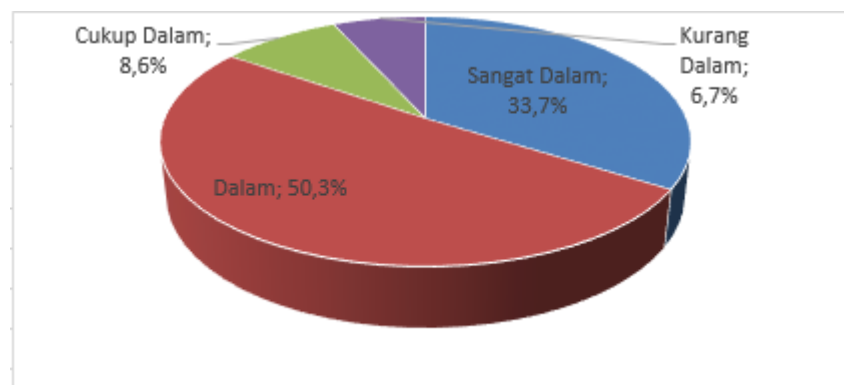
10,4% atau 17 responden, selanjutnya yang paling sedikit memberikan jawaban kurang sebesar 3,1% atau 5 responden. Berdasarkan hal tersebut maka mayoritas responden memiliki durasi waktu lama dalam menonton *youtube*, sehingga hal ini mengidentifikasi bahwa responden menyukai dalam menonton *channel youtube*.

c. Kedalaman

Berikut ini merupakan tabel hasil jawaban dari responden mengenai indikator kedalaman

**Diagram 3.6**

**Kedalaman dalam menonton *youtube* mas wahid**



Hasil dari pertanyaan mengenai kedalaman dalam menonton *youtube*. Yang ditunjukkan pada diagram 3.6 menunjukkan jawaban sebagai berikut, responden memberikan jawaban dalam sebesar 50,3% atau 82 responden kemudian responden yang memberikan jawaban sangat dalam sebanyak 33,7% atau 55 responden, sedangkan responden yang memberikan jawaban cukup dalam sebesar 8,6% atau 14 responden, selanjutnya yang paling sedikit memberikan jawaban kurang dalam sebesar 6,7% atau 11 responden. Berdasarkan hal tersebut,

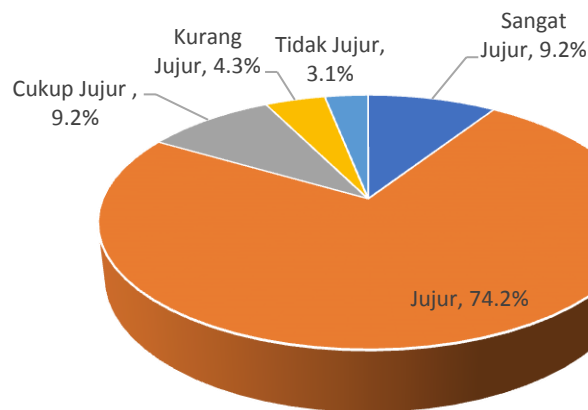
maka mayoritas responden memberikan jawaban dalam pada saat menonton *channel youtube* mas Wahid, sehingga hal ini mengidentifikasi bahwa responden pada saat menonton *channel youtube* Mas Wahid menit awal hingga hampir akhir penyayangan.

- Tingkat kepercayaan

Indikator kepercayaan yaitu kredibilitas dan kebaikan hati

**Diagram 3.7**

**Kejujuran mas Wahid dalam penyampaian informasi**

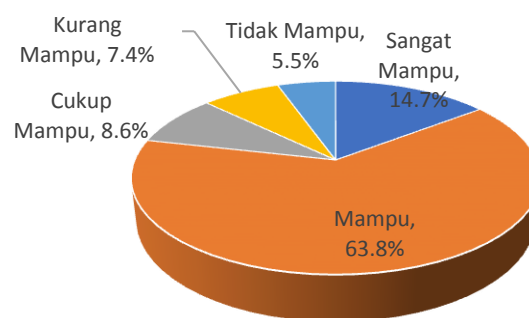


Hasil dari pertanyaan mengenai kejujuran mas Wahid dalam penyampaian informasi, yang ditunjukkan pada diagram 3.7 menunjukkan jawaban sebagai berikut, responden memberikan jawaban jujur sebesar 74,2% atau 121 responden, kemudian responden yang memberikan jawaban sangat jujur dan cukup jujur sebanyak 9,2% atau 15 responden, sedangkan responden yang memberikan jawaban kurang jujur sebesar 4,3% atau 7 responden, selanjutnya yang memberikan jawaban tidak jujur sebesar 3,1% atau 5 responden. Berdasarkan hal

tersebut maka mayoritas responden memberikan jawaban jujur, hal ini mengidentifikasi bahwa responden menilai bahwa Mas Wahid jujur dalam memberikan informasi kepada para penonton. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam menyampaikan informasi pada *channel*nya Mas Wahid dianggap jujur, sehingga dapat meningkatkan tingkat kepercayaan *subscriber* terhadap *channel youtube* Mas Wahid.

**Diagram 3.8**

**Mas Wahid mampu memenuhi kriteria yang dipesan**

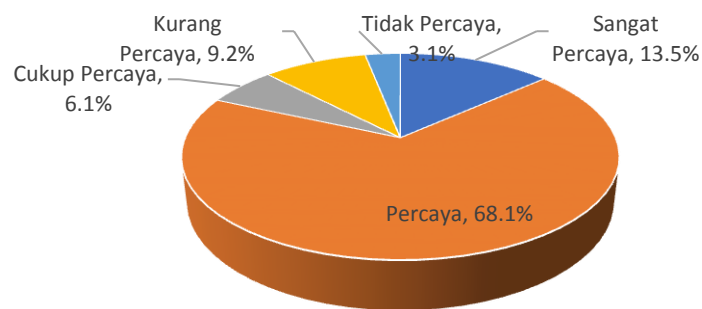


Hasil dari pertanyaan mengenai Mas Wahid mampu memenuhi kriteria yang dipesan, yang ditunjukkan pada diagram 3.8 menunjukkan jawaban sebagai berikut, responden memberikan jawaban mampu sebesar 63,8% atau 104 responden kemudian responden yang memberikan jawaban sangat mampu sebanyak 14,7% atau 24 responden, sedangkan responden yang memberikan jawaban cukup mampu sebesar 8,6% atau 14 responden, yang memberikan jawaban kurang mampu sebesar 7,4% atau 12 responden, selanjutnya yang paling sedikit memberikan jawaban tidak mampu sebesar 5,5% atau 9 responden. Berdasarkan hal tersebut maka mayoritas responden memberikan jawaban mampu sebesar 63,8% atau 104 responden, sehingga hal ini mengidentifikasi

bahwa Mas Wahid mampu memenuhi kriteria kendaraan yang dipesan oleh konsumennya. Dengan mampunya Mas Wahid dalam memenuhi kriteria yang dipesan, maka dapat meningkatkan tingkat kepercayaan *subscriber* terhadap *channel youtube* Mas Wahid.

**Diagram 3.9**

**Mas Wahid menjamin keamanan selama proses transaksi**



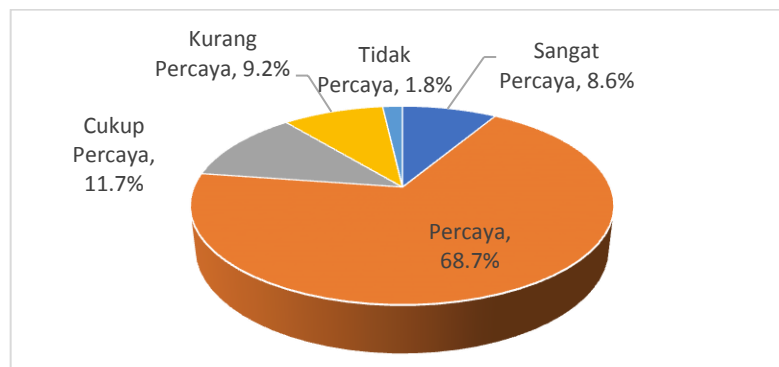
Hasil dari pernyataan mengenai Mas Wahid menjamin keamanan selama proses transaksi, yang ditunjukkan pada diagram 3.9 menunjukkan jawaban sebagai berikut, responden memberikan jawaban percaya sebesar 68,1% atau 111 responden kemudian responden yang memberikan jawaban sangat percaya sebanyak 13,5% atau 22 responden, sedangkan responden yang memberikan jawaban kurang percaya sebesar 9,2% atau 15 responden, yang memberikan jawaban cukup percaya sebesar 6,1% atau 10 responden, selanjutnya yang paling sedikit memberikan jawaban tidak percaya sebesar 3,1% atau 5 responden. Berdasarkan hal tersebut, maka mayoritas responden memberikan jawaban percaya sebesar 68,1% atau 111 responden. Hal ini mengidentifikasi bahwa responden percaya bahwa Mas Wahid akan menjamin keamanan selama proses



transaksi. Dengan kepercayaan yang diberikan Mas Wahid kepada para konsumennya, maka akan meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap *channel youtube* Mas Wahid.

**Diagram 3.10**

**Mas Wahid dapat memenuhi tanggung jawabnya kepada klien**

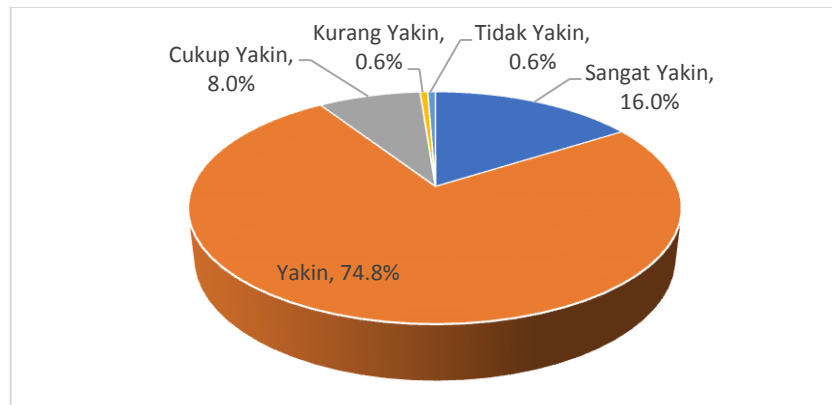


Hasil dari pertanyaan mengenai Mas Wahid dapat memenuhi tanggung jawabnya kepada klien, yang ditunjukkan pada diagram 3.10 menunjukkan jawaban sebagai berikut, responden memberikan jawaban percaya sebesar 68,7% atau 112 responden kemudian responden yang memberikan jawaban cukup percaya sebanyak 11,7% atau 19 responden, sedangkan responden yang memberikan jawaban kurang percaya sebesar 9,2% atau 15 responden, yang memberikan jawaban sangat percaya sebesar 8,6% atau 14 responden, sedangkan yang memberikan jawaban tidak percaya sebesar 1,8% atau 3 responden berdasarkan hal tersebut, maka mayoritas responden memberikan jawaban percaya sebesar 68,7% atau 112 responden. Hal ini mengidentifikasi bahwa responden percaya bahwa Mas Wahid dapat memenuhi tanggung jawabnya kepada konsumennya. Dengan mampunya mas Wahid dalam memenuhi tanggung jawab terhadap

pesanan konsumen, maka akan berdampak meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap *channel youtube* Mas Wahid.

**Diagram 3.11**

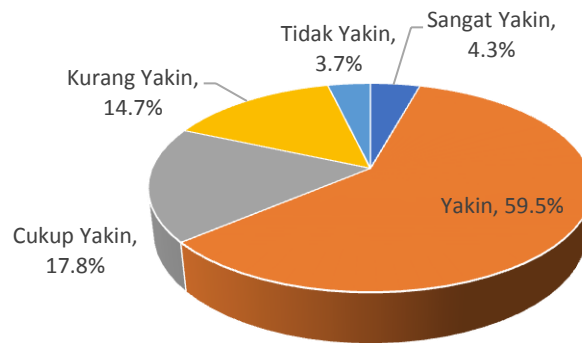
**Yakin bahwa Mas Wahid akan mencari yang terbaik**



Hasil dari pertanyaan yakin bahwa mas wahid akan mencari yang terbaik, yang ditunjukkan pada diagram 3.11 menunjukkan jawaban sebagai berikut, responden memberikan jawaban yakin sebesar 74,8% atau 122 responden kemudian responden yang memberikan jawaban sangat yakin sebanyak 16% atau 26 responden, sedangkan responden yang memberikan jawaban cukup yakin sebesar 8,0% atau 13 responden, selanjutnya memberikan jawaban kurang yakin dan tidak yakin sebesar 0,6% atau 1 responden. Berdasarkan hal tersebut maka mayoritas responden memberikan jawaban yakin sebesar 74,8% atau 122 responden. Hal ini mengidentifikasikan bahwa responden yakin mas Wahid akan mencari pesanan yang terbaik sesuai dengan keinginan konsumennya. Dengan keyakinan konsumen tersebut maka akan meningkatkan tingkat kepercayaan responden terhadap *channel youtube* Mas Wahid.

**Diagram 3.12**

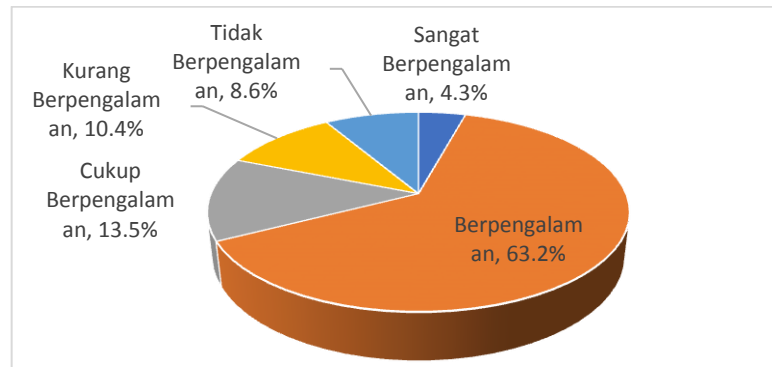
**Yakin Dengan Jaminan Informasi Yang Dikatakan Mas Wahid Mengenai  
Kendaraan**



Hasil dari pertanyaan yakin dengan jaminan informasi yang dikatakan Mas Wahid mengenai kendaraan, yang ditunjukkan pada diagram 3.12 menunjukkan jawaban sebagai berikut, mayoritas responden memberikan jawaban yakin sebesar 59,5% atau 97 responden kemudian responden yang memberikan jawaban cukup yakin sebanyak 17,8% atau 29 responden, sedangkan responden yang memberikan jawaban kurang yakin sebesar 14,7% atau 14 responden, selanjutnya memberikan jawaban sangat yakin sebesar 4,3% atau 7 responden, dan yang paling sedikit memberikan jawaban tidak yakin sebesar 3,7% atau 6 responden. Berdasarkan hal tersebut, maka mayoritas responden memberikan jawaban yakin sebesar 59,5% atau 97 responden. Hal ini mengidentifikasi bahwa responden yakin dengan informasi yang dikatakan mas Wahid mengenai sebuah kendaraan. Dengan keyakinan responden bahwa mas Wahid mampu memberikan informasi yang akurat terkait kendaraan, maka akan meningkatkan kepercayaan terhadap *channel youtube* mas Wahid.

**Diagram 3.13**

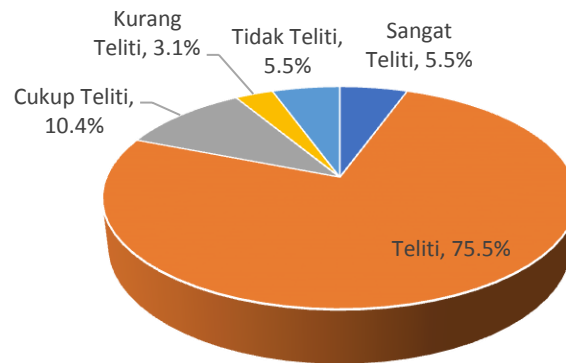
**Pengetahuan mas wahid dalam mengidentifikasi ke aslian surat-surat kendaraan**



Hasil dari pertanyaan tentang pengetahuan mas wahid dalam mengidentifikasi ke aslian surat-surat kendaraan, yang ditunjukkan pada diagram 3.13 menunjukkan jawaban sebagai berikut, responden memberikan jawaban berpengalaman sebesar 63,2% atau 103 responden, kemudian responden yang memberikan jawaban cukup berpengalaman sebanyak 13,5% atau 22 responden, sedangkan responden yang memberikan jawaban kurang berpengalaman sebesar 10,4 atau 17 responden, dan tidak berpengalaman sebesar 8,6% atau 14 responden, selanjutnya yang memberikan jawaban sangat berpengalaman sebesar 4,3% atau 7 responden. Berdasarkan hal tersebut maka mayoritas responden memberikan jawaban berpengalaman sebesar 63,2% atau 103 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai pengetahuan mas Wahid dalam mengidentifikasi ke aslian surat-surat kendaraan sudah berpengalaman, sehingga dapat meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap *channel youtube* mas Wahid.

**Diagram 3.14**

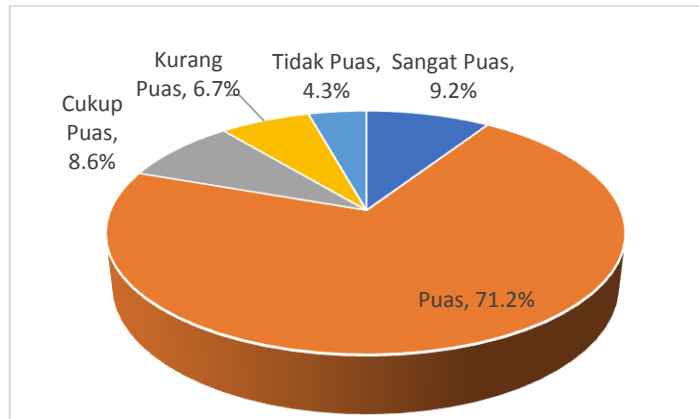
**Ketelitian Mas Wahid dalam pengecekan mobil**



Hasil dari pertanyaan Ketelitian Mas Wahid dalam pengecekan mobil, yang ditunjukkan pada diagram 3.14 menunjukkan jawaban sebagai berikut, responden memberikan jawaban teliti sebesar 75,5% atau 123 responden, kemudian responden yang memberikan jawaban cukup teliti sebanyak 10,4% atau 17 responden, sedangkan responden yang memberikan jawaban sangat teliti dan tidak teliti sebesar 5,5% atau 9 responden, selanjutnya memberikan jawaban kurang teliti sebesar 3,1% atau 5 responden. Bersarkan hal tersebut, maka responden mayoritas memberikan jawaban teliti sebesar 75,5% atay 123 resonden. Hal ini menunjukkan bahwa responden mengakui ketelitian mas Wahid dalam pengecekan mobil, dengan ketelitian yang diakui responden maka dapat meningkat kepercayaan responden terhadap *channel youtube* mas Wahid.

**Diagram 3.15**

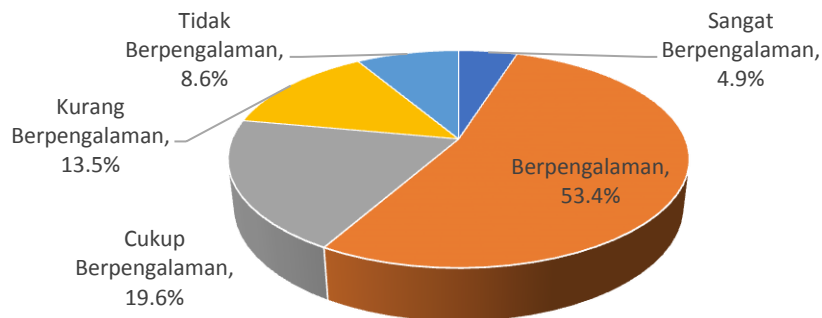
**Puas dengan dengan harga jasa yang ditawarkan**



Hasil dari pertanyaan puas dengan dengan harga jasa yang ditawarkan, yang ditunjukkan pada diagram 3.15 menunjukkan jawaban sebagai berikut, responden memberikan jawaban cukup puas sebesar 71,2% atau 116 responden, kemudian responden yang memberikan jawaban sangat puas sebanyak 9,2% atau 15 responden, sedangkan responden yang memberikan jawaban cukup puas sebesar 8,6% atau 14 responden, selanjutnya memberikan jawaban kurang puas sebesar 6,7% atau 11 responden, dan yang paling sedikit memberikan jawaban tidak puas sebesar 4,3% atau 7 responden. Berdasarkan hal tersebut, maka mayoritas responden memberikan jawaban puas sebesar 71,2% atau 116 responden. Hal ini mengidentifikasikan bahwa responden merasa puas dengan harga jasa yang ditawarkan mas Wahid, dengan begitu rasa puas yang diberikan responden akan meningkatkan kepercayaan terhadap *channel youtube* mas Wahid.

**Diagram 3.16**

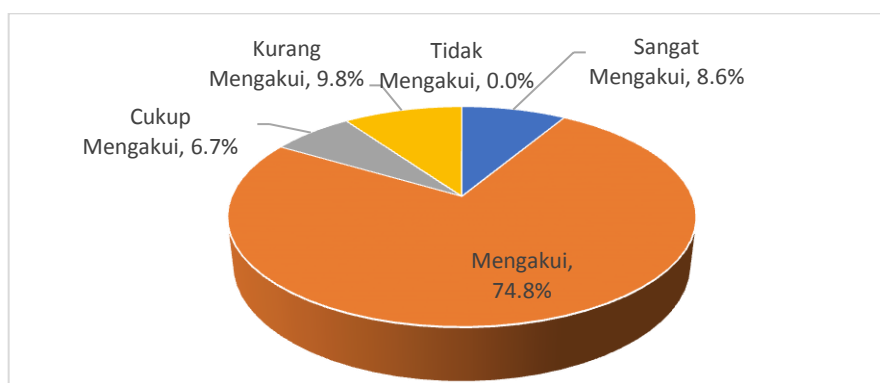
**Pengalaman mas wahid dalam mengidentifikasi Body mobil**



Hasil dari pertanyaan pengalaman mas Wahid dalam mengidentifikasi *body* mobil, yang ditunjukkan pada diagram 3.16 menunjukkan jawaban sebagai berikut, responden memberikan jawaban berpengalaman sebesar 53,4% atau 87 responden, kemudian responden yang memberikan jawaban cukup berpengalaman sebanyak 19,6% atau 32 responden, sedangkan responden yang memberikan jawaban kurang berpengalaman sebesar 13,5% atau 22 responden, selanjutnya memberikan jawaban tidak berpengalaman sebesar 8,6% atau 14 responden, dan yang paling sedikit memberikan jawaban sangat berpengalaman sebesar 4,9% atau 8 responden. Berdasarkan hal tersebut maka mayoritas responden memberikan jawaban berpengalaman 53,4% atau 87 responden. Hal ini mengidentifikasi bahwa responden mayoritas menilai mas Wahid berpengalaman dalam mengidentifikasi *body* mobil, dengan responden yang menilai mas Wahid berpengalaman maka akan meningkatkan tingkat kepercayaan responden terhadap *channel youtube* responden.

**Diagram 3.17**

**Ketelitian mas wahid dalam mengidentifikas ke kelengkapan surat-surat kendaraan**

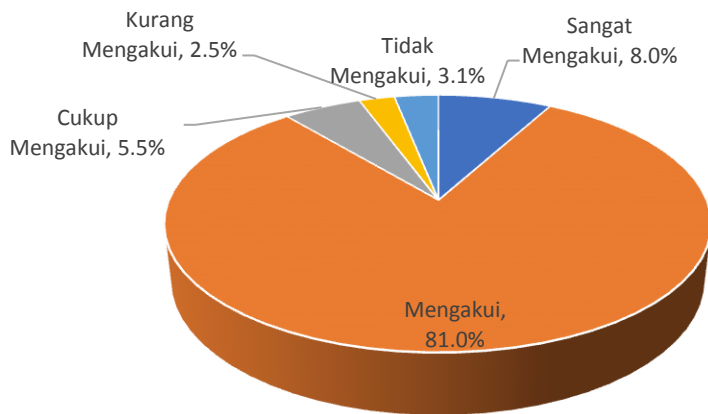


Hasil dari pertanyaan ketelitian mas wahid dalam mengidentifikas ke kelengkapan surat-surat kendaraan, yang ditunjukkan pada diagram 3.17 menunjukkan jawaban sebagai berikut, responden memberikan jawaban mengakui sebesar 74,8% atau 122 responden kemudian responden yang memberikan jawaban sangat mengakui sebanyak 8,6% atau 14 responden, sedangkan responden yang memberikan jawaban kurang mengakui sebesar 9,8% atau 16 responden, selanjutnya memberikan jawaban sangat mengakui sebesar 8,6% atau 14 responden, dan yang tidak mengakui sebanyak 0% atau 0 responden. Berdasarkan hal tersebut maka responden mayoritas memberikan jawaban mengakui sebesar 74,8% atau 122 responden. Hal ini mengidentifikasi bahwa responden mengakui ketelitian mas Wahid dalam mengidentifikasi kelengkapan surat-surat kendaraan, dengan responden yang mengakui ketelitian mas Wahid akan meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap *channel youtube* mas Wahid.



**Diagram 3.18**

**Ketulusan mas wahid dalam proses pencarian mobil bekas**

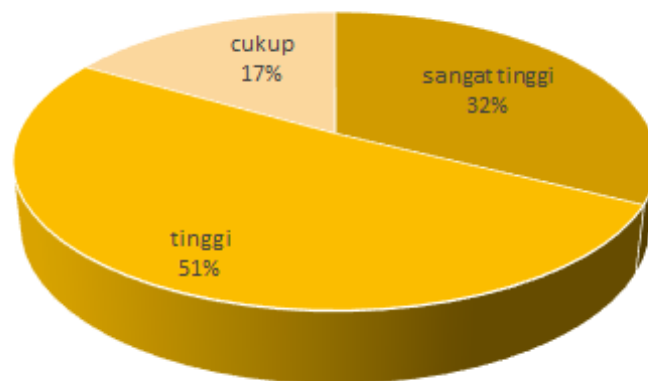


Hasil dari pertanyaan ketulusan mas wahid dalam proses pencarian mobil bekas, yang ditunjukkan pada diagram 3.18 menunjukkan jawaban sebagai berikut, responden memberikan jawaban mengakui sebesar 81,0% atau 132 responden kemudian responden yang memberikan jawaban sangat mengakui sebanyak 8,0% atau 13 responden, sedangkan responden yang memberikan jawaban cukup mengakui sebesar 5,5% atau 9 responden, selanjutnya memberikan jawaban tidak mengakui sebesar 3,1% atau 5 responden, dan yang kurang mengakui sebanyak 2,5% atau 4 responden. Berdasarkan hal tersebut maka mayoritas responden memberikan jawaban mengakui sebesar 81,0% atau 132 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden mengakui ketulusan mas Wahid dalam proses pencarian mobil bekas, dengan responden yang mengakui ketulusan mas Wahid maka akan meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap *channel youtube* mas Wahid.

- Deskriptif Intensitas Menonton

Berikut disajikan Grafik Intensitas Menonton responden Mas Wahid dengan memperhatikan frekuensi, durasi dan kedalaman.

**Diagram 3.19**  
**Intensitas Menonton Channel Mas Wahid**

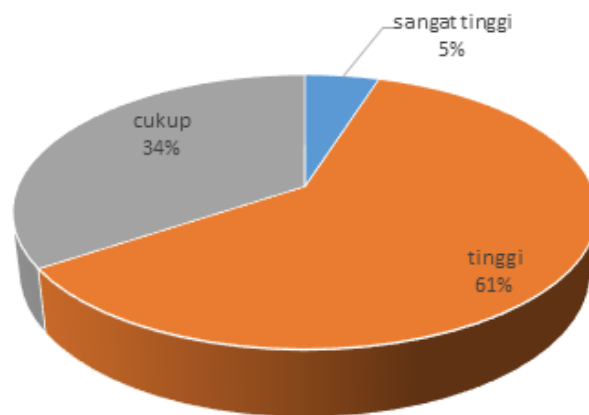


Hasil penilaian responden terhadap intensitas responden terkait frekuensi, durasi dan kedalaman secara keseluruhan dikategorikan menjadi tiga yaitu sangat tinggi dengan persentase sebesar 32%, tinggi sebesar 51% dan cukup sebesar 17%. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa responden memiliki kategori yang tinggi dalam intensitas menonton *channel* Mas Wahid sebesar 51%. Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum responden tertarik dengan *channel* Mas Wahid terbukti dari tingginya durasi menonton dan dalamnya responden dalam menonton *channel* Mas Wahid yang dianggap menarik bagi mayoritas responden.

- Deskriptif Tingkat Kepercayaan

Berikut disajikan Grafik tingkat kepercayaan responden Mas Wahid dengan memperhatikan kredibilitas dan kebaikan hati.

**Diagram 3.20**  
**Tingkat Kepercayaan Channel Mas Wahid**



Hasil deskriptif tingkat kepercayaan *channel* Mas Wahid dapat dikategorikan menjadi sangat tinggi sebesar 5%, tinggi sebesar 61% dan cukup sebesar 34%. Berdasarkan hasil penelitian ini mayoritas responden memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap tingkat kepercayaan *channel* Mas Wahid sebesar 61%. Hasil ini mengindikasikan bahwa responden percaya bahwa Mas Wahid terhadap kredibilitas Mas Wahid dalam mencari mobil pesanan konsumen. Tidak hanya itu hasil ini juga menunjukkan bahwa responden menilai bahwa kebaikan hati Mas Wahid pelayanan, ketulusan dan itikat baik Mas Wahid dalam melayani

konsumen dapat dikatakan baik dan dianggap sudah sesuai, sehingga sudah mampu memberikan kepercayaan dan kepuasan bagi responden.

### C. Analisis Regresi Linier

**Tabel 3.5**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,868 <sup>a</sup>	,753	,751	4,2445

Dari output model summary, diketahui  $R=0,753$  menunjukkan derajat hubungan linear yang erat antara variabel respon Y dan X. Sedangkan nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0,753. Artinya bahwa X berpengaruh terhadap Y sebesar 75,3%. Sisanya 24,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

**Tabel 3.6**  
**Coefficients**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	21,021	,914		22,995	,000
	Intensitas_Menonton	3,035	,137	,868	22,149	,000

Sumber : Hasil olah data, 2018

Dari tabel 3.6 menunjukkan bahwa persamaan regresi sederhana yang diperoleh dari hasil analisis adalah  $Y_{\text{Tingkatkepercayaan}} = 21,021 + 3,035X$

Dari persamaan regresi diatas diperoleh bahwa terdapat hubungan yang positif antara X dengan Y, sehingga dari persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 21,021 menyatakan bahwa besarnya Y adalah 21,021 dengan asumsi bahwa X adalah konstan.
2. Koefisien regresi X sebesar 3,035 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 (satu) nilai X akan meningkatkan Y sebesar 3,035

#### **D. Pembahasan**

Semakin berkembangnya dunia teknologi dimanfaatkan oleh para pecinta otomotif. Banyak di antara mereka merambah dunia digital. Platform media sosial berbasis video seperti *Youtube* semakin

memudahkan interaksi antara media maupun penggiat otomotif dengan penggemarnya. Peluang ini dimanfaatkan oleh para pecinta otomotif untuk menuangkan hobi dan kreatifitas mereka dengan membuat akun di *Youtube* dengan konten otomotif. Pada penelitian ini meneliti tentang intensitas menonton *channel youtube* terhadap tingkat kepercayaan *subscriber*. Intensitas menonton dapat diartikan keadaan atau kegiatan melihat pertunjukan gambaran hidup.

Intensitas menonton *Chanel Youtube* Mas Wahid yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keseringan dan jumlah yang terjadi dalam suatu kegiatan menyaksikan tayangan di *youtube* dalam kurun waktu tertentu. Frekuensi menonton dapat meningkatkan tingkat kepercayaan individu terhadap *channel* tersebut. Kemudian durasi dan kedalaman dalam menonton *channel youtube* juga mempengaruhi tingkat kepercayaan *subscriber*. Terdapat tiga faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain, yaitu kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*) (Farida Jafar, 2009). Sehingga terdapat pengaruh intensitas menonton *channel youtube* otomotif Mas Wahid terhadap tingkat kepercayaan *subscriber* pada jasa pembelian mobil bekas Mas Wahid.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh teori Respon Kognitif Pengaruh intensitas menonton *channel youtube* mas Wahid terhadap tingkat kepercayaan *subscriber* pada jasa pembelian mobil bekas dapat dijelaskan menggunakan Teori Respon Kognitif. *Product/Message*

*Thoughts* yang masuk dalam kategori pertama terdiri dari pikiran yang diarahkan pada produk atau layanan dan / atau klaim yang dibuat dalam penyampaian pesan (komunikasi) yang ditunjukkan pada pikiran *Subscriber* mendukung atau menolak informasi dari youtube mas wahid. Kategori kedua respon kognitif diarahkan pada sumber komunikasi. Dalam konteks penelitian ini pikiran subscriber tentang mas wahid selaku sumber komunikasi atau juru bicara. *Ad Execution Thoughts*. Kategori ketiga respon kognitif yang ditunjukkan dari pikiran individu tentang iklan itu sendiri. Seperti pikiran keterikatan antara video *youtube* Mas Wahid dengan khalayak, termasuk reaksi terhadap eksekusi video seperti kreatifitas, kualitas, efek visual, warna dan nada suara. Terpaan dari video youtube mas Wahid yang mempengaruhi tingkat kepercayaan subscriber terkait dengan informasi dan pengalaman akan membentuk sikap positif dan negatif terhadap kepercayaan. Sikap subscriber yang positif dalam penelitian ini mempengaruhi keputusan subscriber dalam menggunakan jasa mas Wahid.

Hal tersebut diperkuat dengan analisis regresi yang menunjukkan hasil p-value sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat Pengaruh Intensitas Menonton Channel Youtube Otomotif Mas Wahid Terhadap Tingkat Kepercayaan *Subscriber* Pada Jasa Pembelian Mobil Bekas Mas Wahid. Koefisien beta terstandarisasi yang diperoleh pada pengujian tersebut adalah 0,868 dan nilai t 22,149 dengan signifikansi 0,000. Artinya bahwa Intensitas menonton *channel youtube*

mas Wahid memberikan pengaruh yang signifikan (Nilai probabilitas < 0,05) terhadap tingkat kepercayaan *subscriber* pada jasa pembelian mobil bekas Mas Wahid. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 75,3% atau 0,753. Koefisien determinasi intinya adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Berdasarkan analisis deskriptif maka, pada variabel intensitas menonton mayoritas responden memberikan jawaban menonton dengan frekuensi sering. Mayoritas responden memberikan jawaban dalam durasi mereka menonton responden lama, kemudian kedalaman dalam menonton *channel youtube* mayoritas menjawab dalam. Dengan begitu maka hasil analisis deskriptif menunjukkan intensitas menonton responden terhadap *channel youtube* mas Wahid berdasarkan indikator frekuensi sering, kemudian kedalaman dalam menonton *channel youtube* mas Wahid yang dalam, dan durasi menonton yang lama.

Berdasarkan analisis deskriptif terhadap variabel tingkat kepercayaan, menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan jawaban jujur, yang menunjukkan bahwa responden menilai bahwa mas Wahid jujur dalam memberikan informasi kepada para penonton. Mayoritas responden memberikan jawaban mampu, yang menunjukkan bahwa mas Wahid mampu memenuhi kriteria kendaraan yang dipesan oleh konsumennya. Kemudian mayoritas responden memberikan jawaban percaya, yang menunjukkan bahwa responden percaya bahwa mas Wahid akan menjamin keamanan selama proses transaksi. Selanjutnya mayoritas



responden memberikan jawaban percaya yang menunjukkan bahwa responden percaya bahwa mas Wahid dapat memenuhi tanggung jawabnya kepada kliennya.

Mayoritas responden memberikan jawaban yakin, yang menunjukkan bahwa responden yakin mas Wahid akan mencari yang terbaik untuk kliennya dan responden yakin dengan informasi yang dikatakan mas Wahid mengenai sebuah kendaraan. Responden memberikan jawaban berpengalaman yang menunjukkan bahwa responden menilai pengetahuan mas Wahid dalam mengidentifikasi ke aslian surat-surat kendaraan berpengalaman dan menilai mas Wahid berpengalaman dalam mengidentifikasi *body* mobil. Kemudian mayoritas memberikan jawaban teliti yang menunjukkan bahwa bahwa responden mengakui ketelitian Mas Wahid dalam pengecekan mobil. Selanjutnya mayoritas responden memberikan jawaban puas yang menunjukkan bahwa responden merasa puas dengan harga jasa yang ditawarkan Mas Wahid. Mayoritas memberikan jawaban mengakui, yang menunjukkan bahwa responden mengakui ketelitian Mas Wahid dalam mengidentifikasi kelengkapan surat-surat kendaraan dan mengakui ketulusan mas Wahid dalam proses pencarian mobil bekas. Dengan berbagai hal diatas maka terdapat pengaruh intensitas menonton *channel youtube* otomotif Mas Wahid terhadap tingkat kepercayaan *subscriber* pada jasa pembelian mobil bekas Mas Wahid.

Dengan berbagai hal yang disebutkan diatas, maka hipotesis yang mengatakan bahwa **Ada** Pengaruh Intensitas Menonton *Channel Youtube* Otomotif Mas Wahid Terhadap Tingkat Kepercayaan *Subscriber* Pada Jasa Pembelian Mobil Bekas Mas Wahid **diterima**. Hal ini dikarenakan berdasarkan pengujian antara uji regresi sederhana variabel Pengaruh intansitas menonton terhadap tingkat kepercayaan *subscriber*. Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendukung teori dasar yang digunakan dalam teori ini. Kaitannya dengan penelitian ini Teori *New Media* merupakan penunjang penelitian dalam memahami subyek yang diteliti penggunaan, dengan penggunaan youtube sebagai media yang dipilih dalam penelitian ini, menggambarkan pemanfaatan *New Media*. Hal ini terbukti bahwa *channel youtube* mas Wahid sebagai penunjang peneliti untuk mendapatkan jawaban dari *subscriber* Mas Wahid. Sebagai alat komunikasi yang dapat mempengaruhi kognitif individu.

Selain itu McLuchan (1964, 2001) menyatakan bahwa efek dari teknologi baru komunikasi terjadi tidak hanya pada tingkat pengetahuan dan pendapat secara sadar. Teknologi juga dapat mempengaruhi individu pada tingkat bawah sadar (subliminal) dari rasio akal dan pola persepsi, sehingga McLuchan mengatakan bahwa “media adalah pesan”. Di era media baru ini kita bisa dengan sangat mudah mencari informasi menggunakan internet yang terhubung dengan telepon genggam, gawai, dan alat elektronik lainnya. Dalam hal ini peneliti ingin menemukan

adakah hubungannya dengan pengaruh intensitas mengakses *channel youtube* yang notabennya adalah media baru terhadap tingkat kepercayaan *subscriber* pada jasa pembelian mobil bekas melalui konten otomotif yang dibuat oleh youtuber yang bernama Mas Wahid yang kemudian Mas Wahid mencoba untuk memberikan konten-konten kepada para *subscriber*-nya tentang bagaimana memilih mobil bekas yang baik dan layak dalam rangka untuk meminimalisir terjadinya aksi kecurangan dan penipuan yang pernah Mas Wahid alami sebelumnya. Selain itu psikologi kognitif memandang manusia sebagai makhluk yang berfikir, merencanakan, mengambil keputusan berdasarkan informasi yang diingat dan memilih dengan cermat stimulus mana yang membutuhkan perhatian (Atkinson, 2001 dalam Syam, 2011).

Selain itu menurut (George & Michael 2003) Pendekatan respon kognitif telah banyak digunakan dalam penelitian, baik oleh akademisi maupun praktisi periklanan. Melengkapi teori diatas berikut penjelasan mengenai respon kognitif oleh (Belch & Belch, 2001). Proses kognitif bertujuan untuk menjelaskan bagaimana informasi eksternal diberi pemaknaan menjadi sebuah pemikiran dan penilaian. Sebuah pemikiran adalah sebagai hasil dari proses kognitif atau sebagai respon yang berasal dari pengalaman masa lalu dan membentuk penolakan atau penerimaan dari pesan yang diterima. Sedangkan (Rogers dan Shoemaker dalam siregar, 1990) mendefinisikan kredibilitas sebagai: "*Credibility is the degree to which a communication source or channel is perceived as*

*trustworthy and competent by the receiver*". *Trustworthy* atau kejujuran berkaitan dengan kesan dari penerima atas sifat atau karakter dari sumber. Dengan berbagai hal diatas, maka bisa kita lihat bahwasannya media baru itu memberikan dampak yang sangat besar terhadap perkembangan kognitif masyarakat yang ada melalui konten-konten kreatif seperti konten yang dibuat oleh Mas Wahid terhadap pengetahuan dibidang otomotif.

Adanya kepercayaan *subscriber* mendorong *subscriber* unuk menggunakan jas Mas Wahid, menurut Ganesan dan Shankar dalam Farida Jasfar(2009) menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan refleksi dari dua komponen, yaitu kredibilitas (*Credibility*), yang didasarkan kepada besarnya kepercayaan kemitraan dengan organisasi lain dan membutuhkan keahlian untuk menghasilkan efektifitas dan kehandalan pekerjaan. Selain itu kebaikan hati (*Benevolence*), yang didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan, yang memiliki tujuan dan motivasi yang menjadi kelebihan untuk organisasi lain pada saat kondisi yang baru muncul, yaitu kondisi dimana komitmen tidak terbentuk.

Sesuai dengan penelitian Sakha (2016), yang menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara terpaan iklan situs jual beli online di media massa terhadap tingkat kepercayaan bertransaksi online. Selanjutnya, hasil penelitian juga menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara intensitas membaca testimonial konsumen di internet terhadap tingkat kepercayaan bertransaksi online. Pramiyati, dkk (2018), menyebutkan bahwa menyatakan bahwa Informasi yang dipercaya dapat

diperoleh berdasarkan pada kepercayaan yang dimiliki oleh sumber informasi atau reputasi sumber informasi. Dengan berbagai hal di atas dapat diartikan bahwa terdapat Pengaruh Intensitas Menonton *Channel Youtube* Otomotif Mas Wahid Terhadap Tingkat Kepercayaan *Subscriber* Pada Jasa Pembelian Mobil Bekas Mas Wahid tinggi.