

BAB III

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini peneliti mengadakan analisis kuantitatif atau sering disebut dengan analisis data statistik setelah data-data yang peneliti kumpulkan lengkap. Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan mengenai mana diantara tiga dimensi kredibilitas sumber yang mendominasi kredibilitas Tengku Fadli sebagai komunikator pada Boediman Jr *Barbershop*.

Adapun tahapan analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif (karakteristik responden dan penilaian responden pada variabel penelitian), uji instrument data, dan uji *independent sample t-test*. Pada analisis data yang pertama untuk mengetahui mana diantara dimensi tersebut diatas yang mendominasi kredibilitas Tengku Fadli, peneliti menggunakan *independent sample t-test* untuk membandingkan mean dari variabel *expertise*, *trustworthiness*, dan *physical attractiveness* yang termasuk dalam kredibilitas sumber. Adapun langkah-langkah untuk memudahkan jalannya analisis yaitu dengan melalui tahapan sebagai berikut :

1. Deskripsi data profil responden
2. Pengujian Hipotesis
3. Pembahasan hasil penelitian.

A. Deskripsi Data

3.1 Deskripsi Karakteristik Responden Kelompok A dan B

Hasil analisis data ini diperoleh nilai sebaran frekuensi berdasarkan jenis kelamin yang ditunjukkan pada tabel 3.1 berikut :

Tabel 3.1
Karakteristik Responden Kelompok A dan B Berdasarkan Jenis Kelamin

Kelompok	Jenis Kelamin	Jumlah
A	Laki-laki	195
	Perempuan	0
B	Laki-laki	195
	Perempuan	0
Total		390

Sumber : Data Primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 3.1 diatas, dapat dilihat bahwa responden kelompok A dan B yang dalam hal ini adalah *followers* atau pengikut *instagram* @boediman_jr yang mengisi kuesioner pada kelompok A yaitu laki-laki sebanyak 195 orang. Kemudian pada kelompok B yaitu laki-laki sebanyak 195 orang. Hal tersebut sesuai dengan metode sampling yang telah ditentukan yaitu dengan *purposive sampling* dengan kriteria responden yaitu laki-laki.

Deskripsi Karakteristik Responden Kelompok A dan B Berdasarkan Usia

Tabel 3.2
Karakteristik Responden Kelompok A Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
16-20 Tahun	53	27,2%
21-25 Tahun	85	43,5%
26-30 Tahun	47	24,2%
> 30 Tahun	10	5,1%
Total	195	100%

Sumber : Data Primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 3.2 diatas, dapat dilihat bahwa responden kelompok A yang dalam hal ini adalah *followers* atau pengikut *instagram* @boediman_jr yang mengisi kuesioner berusia 16-20 tahun sebanyak 53

responden atau 27,2%, usia 21-25 tahun sebanyak 85 responden atau 43,5%, usia 26-30 tahun sebanyak 47 responden atau sebanyak 24,2%, usia >30 tahun sebanyak 10 responden atau 5,1%.

Tabel 3.3
Karakteristik Responden Kelompok B Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
16-20 Tahun	57	29,2%
21-25 Tahun	97	49,7%
26-30 Tahun	38	19,6%
> 30 Tahun	3	1,5%
Total	195	100%

Sumber : Data Primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 3.3 diatas, dapat dilihat bahwa responden kelompok B yang dalam hal ini adalah *followers* atau pengikut *instagram* @boediman_jr yang mengisi kuesioner berusia 16-20 tahun sebanyak 57 responden atau 29,2%, usia 21-25 tahun sebanyak 97 responden atau 49,7%, usia 26-30 tahun sebanyak 38 responden atau sebanyak 19,6%, usia >30 tahun sebanyak 3 responden atau 1,5%.

3.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam mendeskripsikan variabel penelitian, nilai rata-rata dari setiap dimensi yang ada pada variabel penelitian yakni kredibilitas sumber, masing-masing pada kelompok A dan B dikelompokkan dalam 5 kelas interval.

3.2.1 Dimensi Keahlian (*expertise*) Tengku Fadli Akhmazi Menurut Kelompok A

Hasil analisis data ini diperoleh dari sebaran frekuensi data seperti ditunjukkan pada tabel 3.2 berikut :

Tabel 3.4
Keahlian (expertise) Tengku Fadli menurut kelompok A

Interval	Kategori	Jumlah	%
1,00 sd 1,59	Sangat rendah	4	2,1%
1,60 sd 2,19	Rendah	9	4,6%
2,20 sd 2,79	Cukup	50	25,6%
2,80 sd 3,39	Tinggi	71	36,4%
3,40 sd 4,00	Sangat Tinggi	61	31,3%
Jumlah		195	100%

Sumber : data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 3.3 diatas, dapat dilihat bahwa dari 195 responden pada kelompok A, memberikan penilaian mengenai keahlian (*expertise*) Tengku Fadli sebagai *barberman*. Hasilnya adalah sebanyak 4 responden atau 2,1% menyatakan sangat rendah, sebanyak 9 responden atau 4,6% menyatakan rendah, sebanyak 50 responden atau 25,6% menyatakan cukup, sebanyak 71 responden atau 36,4% menyatakan tinggi dan sebanyak 61 responden atau sebanyak 31,3% menyatakan sangat tinggi.

Tabel 3.5
Keahlian (expertise) Tengku Fadli

No	Item	Mean	Kategori
E1	Menjadi juara 5 di The Cuts Indonesia, Tengku Fadli mempunyai keahlian yang baik dan mumpuni dalam memotong rambut.	2,91	Tinggi
E2	Menjadi juara 5 di The Cuts Indonesia, Tengku Fadli merupakan seorang <i>barberman</i> yang berpengetahuan dan mempunyai kreatifitas tinggi di dunia <i>barber</i> .	2,96	Tinggi
E3	Sebagai <i>barberman</i> , Tengku Fadli mempunyai banyak pengalaman di dunia <i>barber</i> .	2,95	Tinggi
E4	Tengku Fadli merupakan seorang <i>barberman</i> yang berkualitas tinggi.	2,96	Tinggi
E5	Dalam memotong rambut, Tengku Fadli merupakan seorang <i>barberman</i> yang	3,01	Tinggi

	terampil, cekatan, dan mengutamakan detail.		
Rata-Rata		2,94	Tinggi

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti tabel 3.5 diatas menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden pada setiap butir pertanyaan memiliki penilaian yang tinggi.

3.2.2 Dimensi Keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli menurut Kelompok A

Hasil analisis data ini diperoleh dari sebaran frekuensi data seperti ditunjukkan pada tabel 3.6 berikut :

Tabel 3.6
Keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli menurut kelompok A

Interval	Kategori	Jumlah	%
1,00 sd 1,59	Sangat rendah	9	4,6%
1,60 sd 2,19	Rendah	13	6,7%
2,20 sd 2,79	Cukup	74	37,9%
2,80 sd 3,39	Tinggi	53	27,2%
3,40 sd 4,00	Sangat Tinggi	146	23,6%
Jumlah		195	100%

Sumber : data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 3.6 diatas, dapat dilihat bahwa dari 195 responden pada kelompok A, memberikan penilaian mengenai keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli sebagai *barberman*. Hasilnya adalah sebanyak 9 responden atau 4,6% menyatakan sangat rendah, sebanyak 13 responden atau 6,7% menyatakan rendah, sebanyak 74 responden atau 37,9% menyatakan cukup, sebanyak 53 responden atau 27,2% menyatakan tinggi dan sebanyak 46 responden atau sebanyak 23,6% menyatakan sangat tinggi.

Tabel 3.7
Keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli

No	Item	Mean	Kategori
T1	Adanya kesesuaian antara apa yang dibicarakan Tengku Fadli dengan hasil potongan mengenai model rambut.	2,86	Tinggi
T2	Sebagai <i>barberman</i> , Tengku Fadli mampu memotong rambut sesuai dengan yang diinginkan konsumen.	2,87	Tinggi
T3	Sebagai <i>barberman</i> , hasil kerja Tengku Fadli tidak pernah mengecewakan konsumen.	2,82	Tinggi
T4	Tengku Fadli melayani konsumen dengan tulus dan sepenuh hati.	2,88	Tinggi
Rata-Rata		2,86	Tinggi

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti tabel 3.7 diatas menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden pada setiap butir pertanyaan memiliki penilaian yang tinggi.

3.2.3 Dimensi Daya Tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli Menurut Kelompok A

Hasil analisis data ini diperoleh dari sebaran frekuensi data seperti ditunjukkan pada tabel 3.8 berikut :

Tabel 3.8
Daya Tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli menurut kelompok A

Interval	Kategori	Jumlah	%
1,00 sd 1,59	Sangat rendah	27	13,8%
1,60 sd 2,19	Rendah	29	14,9%
2,20 sd 2,79	Cukup	44	22,6%
2,80 sd 3,39	Tinggi	50	25,6%
3,40 sd 4,00	Sangat Tinggi	45	23,1%
Jumlah		195	100%

Berdasarkan tabel 3.8 diatas, dapat dilihat bahwa dari 195 responden pada kelompok A, memberikan penilaian mengenai daya tarik (*physical Attractiveness*) Tengku Fadli sebagai *barberman*. Hasilnya adalah sebanyak 27 responden atau 13,8% menyatakan sangat rendah, sebanyak 29 responden atau 14,9% menyatakan rendah, sebanyak 44 responden atau 22,6% menyatakan cukup, sebanyak 50 responden atau 25,6% menyatakan tinggi dan sebanyak 45 responden atau sebanyak 23,1% menyatakan sangat tinggi.

Tabel 3.9
Daya Tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli

No	Item	Mean	Kategori
PA1	Sebagai barberman, Tengku Fadli merupakan seorang yang <i>familiar</i> di dunia <i>barber</i> .	2,74	Cukup
PA2	Apa yang dikatakan oleh Tengku Fadli seputar dunia <i>barber</i> dapat diterima dan disetujui oleh konsumen.	2,74	Cukup
PA3	Tengku Fadli memiliki daya tarik fisik, dan perilaku yang disukai oleh konsumen.	2,66	Cukup
Rata-rata		2,71	Cukup

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti tabel 3.9 diatas menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden pada setiap butir pertanyaan memiliki penilaian yang cukup.

3.2.4 Dimensi Keahlian (*expertise*) Tengku Fadli Akhmazi Menurut Kelompok B

Hasil analisis data ini diperoleh dari sebaran frekuensi data seperti ditunjukkan pada tabel 3.10 berikut :

Tabel 3.10
Keahlian (expertise) Tengku Fadli menurut kelompok B

Interval	Kategori	Jumlah	%
1,00 sd 1,59	Sangat rendah	0	0%
1,60 sd 2,19	Rendah	4	2,1%
2,20 sd 2,79	Cukup	42	21,5%
2,80 sd 3,39	Tinggi	93	47,7%
3,40 sd 4,00	Sangat Tinggi	56	28,7%
Jumlah		195	100%

Sumber : data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 3.10 diatas, dapat dilihat bahwa dari 195 responden pada kelompok B, memberikan penilaian mengenai keahlian (*expertise*) Tengku Fadli sebagai *barberman*. Hasilnya adalah sebanyak 0 responden atau 0% menyatakan sangat rendah, sebanyak 4 responden atau 2,1% menyatakan rendah, sebanyak 42 responden atau 21,5% menyatakan cukup, sebanyak 93 responden atau 47,7% menyatakan tinggi dan sebanyak 56 responden atau sebanyak 28,7% menyatakan sangat tinggi.

Tabel 3.11
Keahlian (expertise) Tengku Fadli

No	Item	Mean	Kategori
E1	Menjadi juara 5 di The Cuts Indonesia, Tengku Fadli mempunyai keahlian yang baik dan mumpuni dalam memotong rambut.	3,0	Tinggi
E2	Menjadi juara 5 di The Cuts Indonesia, Tengku Fadli merupakan seorang <i>barberman</i> yang berpengetahuan dan mempunyai kreatifitas tinggi di dunia <i>barber</i> .	2,90	Tinggi
E3	Sebagai <i>barberman</i> , Tengku Fadli mempunyai banyak pengalaman di dunia <i>barber</i> .	3,0	Tinggi
E4	Tengku Fadli merupakan seorang <i>barberman</i> yang berkualitas tinggi.	3,1	Tinggi
E5	Dalam memotong rambut, Tengku Fadli merupakan seorang <i>barberman</i> yang	3,0	Tinggi

	terampil, cekatan, dan mengutamakan detail.		
Rata-Rata		3,00	Tinggi

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti tabel 3.11 diatas menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden pada setiap butir pertanyaan memiliki penilaian yang tinggi.

3.2.5 Dimensi Keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli menurut Kelompok B

Hasil analisis data ini diperoleh dari sebaran frekuensi data seperti ditunjukkan pada tabel 3.12 berikut :

Tabel 3.12
Keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli menurut kelompok B

Interval	Kategori	Jumlah	%
1,00 sd 1,59	Sangat rendah	14	7,2%
1,60 sd 2,19	Rendah	22	11,3%
2,20 sd 2,79	Cukup	50	25,6%
2,80 sd 3,39	Tinggi	52	26,7%
3,40 sd 4,00	Sangat Tinggi	57	29,2%
Jumlah		195	100%

Sumber : Data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 3.12 diatas, dapat dilihat bahwa dari 195 responden pada kelompok B, memberikan penilaian mengenai keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli sebagai *barberman*. Hasilnya adalah sebanyak 14 responden atau 14% menyatakan sangat rendah, sebanyak 22 responden atau 11,3% menyatakan rendah, sebanyak 50 responden atau 25,6% menyatakan cukup,

sebanyak 52 responden atau 26,7% menyatakan tinggi dan sebanyak 57 responden atau sebanyak 29,2% menyatakan sangat tinggi.

Tabel 3.13
Keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli

No	Item	Mean	Kategori
T1	Adanya kesesuaian antara apa yang dibicarakan Tengku Fadli dengan hasil potongan mengenai model rambut.	2,8	Tinggi
T2	Sebagai <i>barberman</i> , Tengku Fadli mampu memotong rambut sesuai dengan yang diinginkan konsumen.	2,8	Tinggi
T3	Sebagai <i>barberman</i> , hasil kerja Tengku Fadli tidak pernah mengecewakan konsumen.	2,9	Tinggi
T4	Tengku Fadli melayani konsumen dengan tulus dan sepenuh hati.	2,9	Tinggi
Rata-Rata		2,87	Tinggi

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti tabel 3.13 diatas menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden pada setiap butir pertanyaan memiliki penilaian yang tinggi.

3.2.6 Dimensi Daya Tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli Menurut Kelompok B

Hasil analisis data ini diperoleh dari sebaran frekuensi data seperti ditunjukkan pada tabel 3.7 berikut :

Tabel 3.14
Daya Tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli menurut kelompok B

Interval	Kategori	Jumlah	%
1,00 sd 1,59	Sangat rendah	25	12,8%
1,60 sd 2,19	Rendah	28	14,4%
2,20 sd 2,79	Cukup	50	25,6%
2,80 sd 3,39	Tinggi	51	26,2%
3,40 sd 4,00	Sangat Tinggi	41	21,0%
Jumlah		195	100%

Sumber : Data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 3.14 diatas, dapat dilihat bahwa dari 195 responden pada kelompok B, memberikan penilaian mengenai daya tarik (*physical Attractiveness*) Tengku Fadli sebagai *barberman*. Hasilnya adalah sebanyak 25 responden atau 12,8% menyatakan sangat rendah, sebanyak 28 responden atau 14,4% menyatakan rendah, sebanyak 50 responden atau 25,6% menyatakan cukup, sebanyak 51 responden atau 26,2% menyatakan tinggi dan sebanyak 41 responden atau sebanyak 21,0% menyatakan sangat tinggi.

Tabel 3.15
Daya Tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli

No	Item	Mean	Kategori
PA1	Sebagai barberman, Tengku Fadli merupakan seorang yang <i>familiar</i> di dunia <i>barber</i> .	2,7	Cukup
PA2	Apa yang dikatakan oleh Tengku Fadli seputar dunia <i>barber</i> dapat diterima dan disetujui oleh konsumen.	2,6	Cukup
PA3	Tengku Fadli memiliki daya tarik fisik, dan perilaku yang disukai oleh konsumen.	2,7	Cukup
Rata-rata		2,67	Cukup

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti tabel 3.15 diatas menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden pada setiap butir pertanyaan memiliki penilaian yang cukup.

B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

3.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas item. Adapun untuk menentukan validitas instrument digunakan uji *confirmatory factor analysis* (CFA) dan item pertanyaan dinyatakan valid jika nilai CFA $\geq 0,5$. Kriteria pada uji validitas menurut Ghozali (2011:58), suatu instrument dikatakan valid apabila hasil dari uji Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO-MSA) menunjukkan hasil factor loading dari 0,50 dan tidak mengukur konstruk lain. Berikut hasil KMO-MSA variabel *expertise, trustworthiness, physical attractiveness*.

Tabel 3.16
KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.850
Approx. Chi-Square		273.242
Bartlett's Test of Sphericity	Df	66
	Sig.	.000

Sumber : Data Primer diolah 2019

Nilai KMO MSA untuk korelasi antara variabel yang diinginkan adalah $\geq 0,5$. Signifikansi penelitian adalah $\leq 0,05$. Berdasarkan table 3.10 diatas diketahui bahwa angka KMO MSA sebesar 0,850 dengan signifikansi sebesar 0,000. Angka 0,850 berada diatas 0,5 dan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Maka data berdasarkan diatas, instrument dapat dianalisis lebih lanjut.

Tabel 3.17
Rotated Component Matrix^a

	Component		
	1	2	3
TRUSTWORTHINESS 1	.303	.724	.271
TRUSTWORTHINESS 2	.124	.744	.349
TRUSTWORTHINESS 3	.243	.752	.048
TRUSTWORTHINESS 4	.069	.780	.418
EXPERTISE 1	.869	.117	.115
EXPERTISE 2	.555	.414	.524
EXPERTISE 3	.671	.302	.381
EXPERTISE 4	.748	.490	-.168
EXPERTISE 5	.767	.247	.176
P. ATTRACTIVENESS 1	.162	.109	.852
P. ATTRACTIVENESS 2	.327	.396	.558
P. ATTRACTIVENESS 3	.290	.334	.676

Sumber : Data Primer diolah pada 2019

Hasil Uji Validitas CFA

Tabel 3.18
Hasil Uji Validitas CFA

NO	ITEM	CFA	NILAI KRITIS	KETERANGAN
T1	Adanya kesesuaian antara apa yang dibicarakan Tengku Fadli dengan hasil potongan mengenai model rambut.	0.724	0.5	Valid
T2	Sebagai <i>barberman</i> , Tengku Fadli mampu memotong rambut sesuai dengan yang diinginkan konsumen.	0.744	0.5	Valid
T3	Sebagai <i>barberman</i> , hasil kerja Tengku Fadli tidak pernah mengecewakan konsumen.	0.752	0.5	Valid
T4	Tengku Fadli melayani konsumen dengan tulus dan sepenuh hati.	0.780	0.5	Valid

E1	Menjadi juara 5 di The Cuts Indonesia, Tengku Fadli mempunyai keahlian yang baik dan mumpuni dalam memotong rambut.	0.869	0.5	Valid
E2	Menjadi juara 5 di The Cuts Indonesia, Tengku Fadli merupakan seorang <i>barberman</i> yang berpengetahuan dan mempunyai kreatifitas tinggi di dunia <i>barber</i> .	0.555	0.5	Valid
E3	Sebagai <i>barberman</i> , Tengku Fadli mempunyai banyak pengalaman di dunia <i>barber</i> .	0.671	0.5	Valid
E4	Tengku Fadli merupakan seorang <i>barberman</i> yang berkualitas tinggi.	0.748	0.5	Valid
E5	Dalam memotong rambut, Tengku Fadli merupakan seorang <i>barberman</i> yang terampil, cekatan, dan mengutamakan detail.	0.767	0.5	Valid
PA1	Sebagai <i>barberman</i> , Tengku Fadli merupakan seorang yang <i>familiar</i> di dunia <i>barber</i> .	0.852	0.5	Valid
PA2	Apa yang dikatakan oleh Tengku Fadli seputar dunia <i>barber</i> dapat diterima dan disetujui oleh konsumen.	0.558	0.5	Valid
PA3	Tengku Fadli memiliki daya tarik fisik, dan perilaku yang disukai oleh konsumen.	0.676	0.5	Valid

Sumber : Data Primer diolah pada 2019

Hasil perhitungan uji validitas seluruh item mempunyai CFA yang lebih besar dari 0,5. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh butir dinyatakan valid.

3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*. Nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,6$ maka instrument tersebut dapat dinyatakan reliabel atau handal.

Adapun hasil uji reliabilitas ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 3.19
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.919	12

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Hasil Uji reliabilitas diperoleh koefisien reliabilitas variabel *expertise, trustworthiness, physical attractiveness* lebih besar dari 0,6 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh butir pertanyaan yang tertuang dalam kuesioner penelitian ini handal/*reliabel*.

C. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif digunakan untuk mengetahui perbedaan dimensi yang ada pada variabel kredibilitas sumber yakni Tengku Fadli Akhmazi. Perbedaan dimensi tersebut dilihat melalui hasil yang diperoleh dari kelompok A dan B yang akan dianalisis lebih lanjut. Adapun alat analisis yang digunakan adalah *Independent Sample T-Test*. Akan tetapi, sebelum melakukan uji *Independent Sample T-Test*, terlebih dahulu dilakukan uji normalitas untuk mengetahui apakah data terdistribusi dengan normal. Jika data terdistribusi dengan normal, maka analisis bisa dilanjutkan ke tahap uji *Independent Sample T-Test*.

3.1 Uji Normalitas Pada Kelompok A

Hasil uji normalitas akan dijelaskan dengan tabel 3.20 berikut ini.

Tabel 3.20
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Trustworthiness	Expertise	Physical Attractiveness
N		195	195	195
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	2.86	2.94	2.71
	Std. Deviation	3.118	3.072	2.736
Most Extreme Differences	Absolute	.069	.067	.067
	Positive	.069	.067	.067
	Negative	-.064	-.067	-.061
Kolmogorov-Smirnov Z		1.355	1.323	1.352
Asymp. Sig. (2-tailed)		.051	.060	.052

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : *Data Primer diolah, 2019*

Data dikatakan terdistribusi dengan normal jika nilai sig (2-tailed) \geq 0,050. Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai sig (2-tailed) dari dimensi *trustworthiness* sebesar 0,051, nilai sig (2-tailed) dari dimensi *expertise* sebesar 0,06, dan nilai sig (2-tailed) dari dimensi *physical attractiveness* sebesar 0,052. Dari ketiga nilai masing-masing dimensi tersebut yang lebih besar dari 0,050 maka bisa disimpulkan bahwa data terdistribusi dengan normal dan penelitian dapat dilanjutkan ke tahap analisis dengan menggunakan *Independent Sample T-Test*.

3.2 Uji Normalitas Pada Kelompok B

Hasil uji normalitas akan dijelaskan dengan tabel 3.21 berikut ini.

Tabel 3.21
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Trustworthiness	Expertise	Physical Attractiveness
N		195	195	195
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	2.87	3.00	2.67
	Std. Deviation	3.263	3.124	3.442
Most Extreme Differences	Absolute	.062	.067	.067
	Positive	.062	.067	.067
	Negative	-.064	-.064	-.062
Kolmogorov-Smirnov Z		1.325	1.353	1.322
Asymp. Sig. (2-tailed)		.054	.059	.052

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : *Data Primer diolah, 2019*

Data dikatakan terdistribusi dengan normal jika nilai sig (2-tailed) \geq 0,050. Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai sig (2-tailed) dari dimensi *trustworthiness* sebesar 0,054, nilai sig (2-tailed) dari dimensi *expertise* sebesar 0,059, dan nilai sig (2-tailed) dari dimensi *physical attractiveness* sebesar 0,052. Dari ketiga nilai masing-masing dimensi tersebut yang lebih besar dari 0,050 maka bisa disimpulkan bahwa data terdistribusi dengan normal dan penelitian dapat dilanjutkan ke tahap analisis dengan menggunakan *Independent Sample T-Test*.

3.3 Uji Beda Independent Sample T-Test

Penggunaan t-test dalam penelitian ini bertolak pada harga rata-rata (mean) dari satu skor atau nilai dengan signifikansi kurang dari 0,05. Masing-masing dimensi penelitian pada kelompok A dibandingkan dengan masing-masing penelitian pada kelompok B dengan beracuan pada *Pairwise Comparison Matrix*.

Quenouille dan John (1971:16) pada jurnalnya “*Paired comparison design for 2n-factorials*” menjelaskan bahwa *pairwise comparison matrix* adalah metode perbandingan berpasangan yang digunakan dalam studi ilmiah. *pairwise comparison matrix* biasanya mengacu pada setiap proses membandingkan setiap varians berpasangan untuk menilai yang mana dari setiap varians yang memiliki performa lebih baik. *Pairwise comparison matrix* mengenai perbandingan antara kelompok A dan B akan dijelaskan pada tabel 3.22.

Tabel 3.22
Pairwise Comparison Matrix

Kelompok		
	A	B
Dimensi	<i>Rata-rata Expertise</i>	<i>Rata-rata Expertise</i>
	<i>Rata-rata Trustworthiness</i>	<i>Rata-rata Trustworthiness</i>
	<i>Rata-rata P.Attractiveness</i>	<i>Rata-rata P.Attractiveness</i>

Sumber : Olahan peneliti

Berdasarkan tabel diatas, maka didapatkan perbandingan antar dimensi kelompok A dan B sebagai berikut :

1. Rata-rata *expertise* A dibandingkan dengan rata-rata *trustworthiness* B
2. Rata-rata *Expertise* A dibandingkan rata-rata *P.attractiveness* B
3. Rata-rata *trustworthiness* A dibandingkan rata-rata *expertise* B
4. Rata-rata *trustworthiness* A dibandingkan rata-rata *P.Attractiveness* B
5. Rata-rata *P.Attractiveness* A dibandingkan rata-rata *expertise* B
6. Rata-rata *P.Attractiveness* A dibandingkan rata-rata *trustworthiness* B

3.3.1 Uji Beda *Independent Sample T-Test* Antara Dimensi *Expertise A* Dengan Dimensi *Trustworthiness B*

Hasil uji *independent sample t-test* variabel kredibilitas sumber antara dimensi keahlian (*expertise*) pada kelompok A dengan dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) pada kelompok B, adalah sebagai berikut :

Tabel 3.23
Nilai Rata-Rata *Expertise A* dengan *Trustworthiness B*
Group Statistics

	EaTb	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kredibilitas	Expertise A	195	2.9395	.58383	.04181
Sumber	Thrustworthness B	195	2.8705	.72348	.05181

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat *mean* dimensi keahlian (*expertise*) Tengku Fadli pada kelompok A sebesar 2,94 sedangkan *mean* dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli pada kelompok B sebesar 2,87. Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa *mean* dimensi keahlian (*expertise*) Tengku Fadli pada kelompok A lebih tinggi daripada *mean* dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli pada kelompok B.

Tabel 3.24
Hasil Uji Independent Sample T-Test antara dimensi
expertise A dengan trustworthiness B
Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Kredibilitas Sumber	Equal variances assumed	10.072	.663	1.036	388	.002	.06897	.06657	-.06192	.19987
	Equal variances not assumed			1.036	37.1427	.002	.06897	.06657	-.06194	.19988

Sumber : data primer diolah, 2019

Levene's test dilakukan untuk menguji homogenitas apakah variabel memiliki nilai variansi yang sama. Pengujian signifikansi hasil perhitungan pada penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Interpretasi hasil uji homogenitas adalah jika signifikansi pada *Levene's test* lebih besar dari 0,05. Pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada *Levene's test* menunjukkan nilai sebesar 0,663. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data adalah homogen.

Untuk menganalisis lebih lanjut perbedaan antara 2 dimensi ini, dapat dilihat dari nilai sig (2-tailed) yang menunjukkan nilai sebesar 0,002. Karena nilai sig (2-tailed) lebih kecil dari 0,05 (0,002 < 0,05) maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji *independent sample t-test* dapat disimpulkan bahwa adanya

perbedaan yang signifikan antara dimensi keahlian (*expertise*) Tengku Fadli pada kelompok A dengan dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli pada kelompok B karena nilai sig (2-tailed) lebih kecil dari 0,05.

Karena kesimpulan menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan, maka kembali lagi dengan melihat rata-rata atau *mean* dari kedua dimensi tersebut yang telah dipaparkan pada tabel 3.23. Pada tabel tersebut, hasil *mean* dari dimensi keahlian (*expertise*) Tengku Fadli pada kelompok A sebesar 2,94 dan hasil *mean* dari dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli pada kelompok B adalah sebesar 2,87. *Mean* dari dimensi keahlian (*expertise*) Tengku Fadli pada kelompok A lebih besar dari *mean* keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli pada kelompok B ($2,94 > 2,87$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dimensi keahlian (*expertise*) Tengku Fadli pada kelompok A lebih mendominasi daripada dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli pada kelompok B.

3.3.2 Uji Beda *Independent Sample T-Test* Antara Dimensi *Expertise* A Dengan Dimensi *Physical Attractiveness* B

Hasil uji *independent sample t-test* variabel kredibilitas sumber antara dimensi keahlian (*expertise*) pada kelompok A dengan dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) pada kelompok B, adalah sebagai berikut :

Tabel 3.25
Nilai Rata-Rata *expertise* A dengan *physical attractiveness* B
Group Statistics

		pairEaPAb	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kredibilitas Sumber	Expertise A		195	2.9395	.58383	.04181
	P.Attractiveness B		195	2.6669	.87319	.06253

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat *mean* dimensi keahlian (*expertise*) Tengku Fadli pada kelompok A sebesar 2,94 sedangkan *mean* dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli pada kelompok B sebesar 2,67. Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa *mean* dimensi keahlian (*expertise*) Tengku Fadli pada kelompok A lebih tinggi daripada *mean* dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli pada kelompok B.

Tabel 3.26
Hasil Uji Independent Sample T-Test antara dimensi *expertise* A dengan *physical attractiveness* B
Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Kredibilitas Sumber	Equal variances assumed	28.984	.690	3.624	388	.000	.27262	.07522	.12473	.42050
	Equal variances not assumed			3.624	338.563	.000	.27262	.07522	.12466	.42057

Sumber : Data primer diolah, 2019

Levene's test dilakukan untuk menguji homogenitas apakah variabel memiliki nilai variansi yang sama. Pengujian signifikansi hasil perhitungan pada penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Interpretasi hasil uji homogenitas adalah jika signifikansi pada *Levene's test* lebih besar dari 0,05. Pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada *Levene's test* menunjukkan nilai sebesar 0,690. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data adalah homogen.

Untuk menganalisis lebih lanjut perbedaan antara 2 dimensi ini, dapat dilihat dari nilai sig (2-tailed) yang menunjukkan nilai sebesar 0,000. Karena nilai sig (2-tailed) lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji *independent sample t-test* dapat disimpulkan bahwa adanya perbedaan yang signifikan antara dimensi keahlian (*expertise*) Tengku Fadli pada kelompok A dengan dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli pada kelompok B.

Karena kesimpulan menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan, maka kembali lagi dengan melihat rata-rata atau *mean* dari kedua dimensi tersebut yang telah dipaparkan pada tabel 3.25. Pada tabel tersebut, hasil *mean* dari dimensi keahlian (*expertise*) Tengku Fadli pada kelompok A sebesar 2,94 dan hasil *mean* dari dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli pada kelompok B adalah sebesar 2,67. *Mean* dari dimensi keahlian

(*expertise*) Tengku Fadli pada kelompok A lebih besar dari *mean* daya tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli pada kelompok B ($2,94 > 2,67$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dimensi keahlian (*expertise*) Tengku Fadli pada kelompok A lebih mendominasi daripada dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli pada kelompok B.

3.3.3 Uji Beda *Independent Sample T-Test* Antara Dimensi *Trustworthiness* A Dengan Dimensi *Expertise* B

Hasil uji *independent sample t-test* variabel kredibilitas sumber antara dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) pada kelompok A dengan dimensi keahlian (*expertise*) pada kelompok B, adalah sebagai berikut :

Tabel 3.27
Nilai Rata-Rata dimensi *trustworthiness* A dengan dimensi *expertise* B

Group Statistics					
	TaEb	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kredibilitas	Trustworthiness A	195	2.8385	.65718	.04706
Sumber	Expertise B	195	2.9959	.44719	.03219

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat *mean* dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli pada kelompok A sebesar 2,84 sedangkan *mean* dimensi keahlian (*expertise*) Tengku Fadli pada kelompok B sebesar 3,00. Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa *mean* dimensi keahlian (*expertise*) Tengku

Fadli pada kelompok B lebih tinggi daripada *mean* dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli pada kelompok A.

Tabel 3.28
Hasil Uji *Independent Sample T-Test* antara dimensi *trustworthiness* A dengan *expertise* B
Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Kredibilitas Sumber	Equal variances assumed	24.941	.647	-2.755	386	.006	-.15739	.05713	-.26971	-.04508
	Equal variances not assumed			-2.760	3486	.006	-.15739	.05702	-.26954	-.04524

Sumber : Data primer diolah, 2019

Levene's test dilakukan untuk menguji homogenitas apakah variabel memiliki nilai variansi yang sama. Pengujian signifikansi hasil perhitungan pada penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Interpretasi hasil uji homogenitas adalah jika signifikansi pada *Levene's test* lebih besar dari 0,05. Pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada *Levene's test* menunjukkan nilai sebesar 0,647. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data adalah homogen.

Untuk menganalisis lebih lanjut perbedaan antara 2 dimensi ini, dapat dilihat dari nilai sig (2-tailed) yang menunjukkan nilai sebesar 0,006. Karena nilai sig (2-tailed) lebih kecil dari 0,05 ($0,006 < 0,05$) maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji *independent sample t-test* dapat disimpulkan bahwa adanya perbedaan yang signifikan antara dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli pada kelompok A dengan dimensi keahlian (*expertise*) Tengku Fadli pada kelompok B.

Karena kesimpulan menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan, maka kembali lagi dengan melihat rata-rata atau *mean* dari kedua dimensi tersebut yang telah dipaparkan pada tabel 3.27. Pada tabel tersebut, hasil *mean* dari dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli pada kelompok A sebesar 2,84 dan hasil *mean* dari dimensi keahlian (*expertise*) Tengku Fadli pada kelompok B adalah sebesar 3,00. *Mean* dari dimensi keahlian (*expertise*) Tengku Fadli pada kelompok B lebih besar dari *mean* keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli pada kelompok A ($3,00 > 2,84$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dimensi keahlian (*expertise*) Tengku Fadli pada kelompok B lebih mendominasi daripada dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli pada kelompok A.

3.3.4 Uji Beda *Independent Sample T-Test* Antara Dimensi *Trustworthiness* A Dengan Dimensi *P.Attractiveness* B

Hasil uji *independent sample t-test* variabel kredibilitas sumber antara dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) pada kelompok A dengan dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) pada kelompok B, adalah sebagai berikut :

Tabel 3.29
Nilai Rata-Rata *trustworthiness* A dengan *P.Attractiveness* B

Group Statistics					
TaPAb		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kredibilitas Sumber	Trustworthiness A	195	2.8385	.65718	.04706
	P.Attractiveness B	195	2.6669	.87319	.06253

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat *mean* dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli pada kelompok A sebesar 2,84 sedangkan *mean* dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli pada kelompok B sebesar 2,67. Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa *mean* dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli pada kelompok A lebih tinggi daripada *mean* dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli pada kelompok B.

Tabel 3.30
Hasil Uji Independent Sample T-Test antara dimensi
Trustworthiness A dengan P.Attractiveness B
Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Kredibilitas Sumber	Equal variances assumed	15.593	.623	2.193	388	.029	.17159	.07826	.01772	-.04508
	Equal variances not assumed			2.193	360.392	.029	.17159	.07826	.01768	-.04524

Sumber : Data primer diolah, 2019

Levene's test dilakukan untuk menguji homogenitas apakah variabel memiliki nilai variansi yang sama. Pengujian signifikansi hasil perhitungan pada penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Interpretasi hasil uji homogenitas adalah jika signifikansi pada *Levene's test* lebih besar dari 0,05. Pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada *Levene's test* menunjukkan nilai sebesar 0,623. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data adalah homogen.

Untuk menganalisis lebih lanjut perbedaan antara 2 dimensi ini, dapat dilihat dari nilai sig (2-tailed) yang menunjukkan nilai sebesar 0,029. Karena nilai sig (2-tailed) lebih kecil dari 0,05 ($0,029 < 0,05$) maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan

dalam uji *independent sample t-test* dapat disimpulkan bahwa adanya perbedaan yang signifikan antara dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli pada kelompok A dengan dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli pada kelompok B.

Karena kesimpulan menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan, maka kembali lagi dengan melihat rata-rata atau *mean* dari kedua dimensi tersebut yang telah dipaparkan pada tabel 3.29. Pada tabel tersebut, hasil *mean* dari dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli pada kelompok A sebesar 2,84 dan hasil *mean* dari dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli pada kelompok B adalah sebesar 2,67. *Mean* dari dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli pada kelompok A lebih besar dari *mean* daya tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli pada kelompok B ($2,84 > 2,67$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli pada kelompok A lebih mendominasi daripada dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli pada kelompok B.

3.3.5 Uji Beda *Independent Sample T-Test* Antara Dimensi *P. Attractiveness* A Dengan Dimensi *Expertise* B

Hasil uji *independent sample t-test* variabel kredibilitas sumber antara dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) pada

kelompok A dengan dimensi keahlian (*expertise*) pada kelompok B, adalah sebagai berikut :

Tabel 3.31
Nilai Rata-Rata *P.Attractiveness* A dengan *Expertise* B

Group Statistics					
	PAaEb	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kredibilitas	P.Attractiveness A	195	2.7108	.93700	.06710
Sumber	Expertise B	195	2.9979	.44536	.03189

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat *mean* dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli pada kelompok A sebesar 2,71 sedangkan *mean* dimensi keahlian (*expertise*) Tengku Fadli pada kelompok B sebesar 3,00. Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa *mean* dimensi keahlian (*expertise*) Tengku Fadli pada kelompok B lebih tinggi daripada *mean* dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli pada kelompok A.

Tabel 3.32
Hasil Uji *Independent Sample T-Test* antara dimensi *P.Attractiveness* A dengan *Expertise* B
Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper

Kredibilitas Sumber	Equal variances assumed	11 5.736	.681	- 3.865	388	.000	- .28718	.07429	- .43325	- .14111
	Equal variances not assumed			- 3.865	277. 398	.000	- .28718	.07429	- .43343	- .14093

Sumber : Data primer diolah, 2019

Levene's test dilakukan untuk menguji homogenitas apakah variabel memiliki nilai variansi yang sama. Pengujian signifikansi hasil perhitungan pada penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Interpretasi hasil uji homogenitas adalah jika signifikansi pada *Levene's test* lebih besar dari 0,05. Pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada *Levene's test* menunjukkan nilai sebesar 0,681. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data adalah homogen.

Untuk menganalisis lebih lanjut perbedaan antara 2 dimensi ini, dapat dilihat dari nilai sig (2-tailed) yang menunjukkan nilai sebesar 0,000. Karena nilai sig (2-tailed) lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji *independent sample t-test* dapat disimpulkan bahwa adanya perbedaan yang signifikan antara dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli pada kelompok A dengan dimensi keahlian (*expertise*) Tengku Fadli pada kelompok B.

Karena kesimpulan menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan, maka kembali lagi dengan melihat rata-rata atau *mean*

dari kedua dimensi tersebut yang telah dipaparkan pada tabel 3.31. Pada tabel tersebut, hasil *mean* dari dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli pada kelompok A sebesar 2,71 dan hasil *mean* dari dimensi keahlian (*expertise*) Tengku Fadli pada kelompok B adalah sebesar 3,00. *Mean* dari dimensi keahlian (*expertise*) Tengku Fadli pada kelompok B lebih besar dari *mean* daya tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli pada kelompok A ($3,00 > 2,71$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dimensi keahlian (*expertise*) Tengku Fadli pada kelompok B lebih mendominasi daripada dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli pada kelompok A.

3.3.6 Uji Beda *Independent Sample T-Test* Antara Dimensi *P. Attractiveness* A Dengan Dimensi *Trustworthiness* B

Hasil uji *independent sample t-test* variabel kredibilitas sumber antara dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) pada kelompok A dengan dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) pada kelompok B, adalah sebagai berikut :

Tabel 3.33
Nilai Rata-Rata *P.Attractiveness* A dengan *Trustworthiness* B

Group Statistics					
	PAaTb	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kredibilitas	P.Attractiveness A	195	2.7108	.93700	.06710
Sumber	Trustworthiness B	195	2.8705	.72348	.05181

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat *mean* dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli pada kelompok A sebesar 2,71 sedangkan *mean* dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli pada kelompok B sebesar 2,87. Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa *mean* dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli pada kelompok B lebih tinggi daripada *mean* dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli pada kelompok A.

Tabel 3.34
Hasil Uji Independent Sample T-Test antara dimensi
P.Attractiveness A dengan Trustworthiness B
Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Kredibilitas Sumber	Equal variances assumed	18.300	.649	-1.884	388	.011	-.15974	.08477	-.32642	.00693
	Equal variances not assumed			-1.884	3658	.011	-.15974	.08477	-.32645	.00696

Sumber : Data primer diolah, 2019

Levene's test dilakukan untuk menguji homogenitas apakah variabel memiliki nilai variansi yang sama. Pengujian signifikansi hasil perhitungan pada penelitian ini menggunakan taraf

signifikansi 5% atau 0,05. Interpretasi hasil uji homogenitas adalah jika signifikansi pada *Levene's test* lebih besar dari 0,05. Pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada *Levene's test* menunjukkan nilai sebesar 0,649. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data adalah homogen.

Untuk menganalisis lebih lanjut perbedaan antara 2 dimensi ini, dapat dilihat dari nilai sig (2-tailed) yang menunjukkan nilai sebesar 0,011. Karena nilai sig (2-tailed) lebih kecil dari 0,05 ($0,011 < 0,05$) maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji *independent sample t-test* dapat disimpulkan bahwa adanya perbedaan yang signifikan antara dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli pada kelompok A dengan dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli pada kelompok B.

Karena kesimpulan menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan, maka kembali lagi dengan melihat rata-rata atau *mean* dari kedua dimensi tersebut yang telah dipaparkan pada tabel 3.33. Pada tabel tersebut, hasil *mean* dari dimensi daya Tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli pada kelompok A sebesar 2,71 dan hasil *mean* dari dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli pada kelompok B adalah sebesar 2,87. *Mean* dari dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli pada kelompok B lebih besar dari *mean* daya tarik (*physical attractiveness*) Tengku

Fadli pada kelompok A ($2,87 > 2,71$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) Tengku Fadli pada kelompok B lebih mendominasi daripada dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) Tengku Fadli pada kelompok A.

D. Pembahasan dan Implikasi

Berdasarkan hasil analisis data deskriptif yang diperoleh dari ketiga dimensi yang ada pada variabel kredibilitas sumber yaitu dimensi keahlian (*expertise*), keterpercayaan (*trustworthiness*), daya tarik (*physical attractiveness*) pada masing-masing kelompok A dan B, diperoleh hasil keseluruhan yang menunjukkan bahwa nilai rata-rata tertinggi adalah pada dimensi keahlian (*expertise*). Hal ini berarti bahwa kalangan konsumen pada Boediman Jr *barbershop* menilai bahwa keahlian (*expertise*) dari kredibilitas sumber Boediman Jr yang dalam hal ini adalah Tengku Fadli lebih tinggi daripada keterpercayaan (*trustworthiness*) dan daya tarik (*physical attractiveness*).

Analisis dalam penelitian ini tidak hanya melihat dari hasil rata-rata saja, peneliti juga menggunakan teknik analisis *Independent Sample T-Test* untuk menunjukkan ada atau tidaknya perbedaan yang signifikan dari dimensi keahlian (*expertise*), keterpercayaan (*trustworthiness*), daya tarik (*physical attractiveness*). Berdasarkan hasil pengujian menggunakan *independent sample t-test* menunjukkan nilai sig. (2-tailed) untuk uji beda antara kelompok A dan kelompok B pada dimensi keahlian (*expertise*) kelompok A –

keterpercayaan (*trustworthiness*) kelompok B sebesar 0,002, uji beda antara dimensi keahlian (*expertise*) kelompok A – daya tarik (*physical attractiveness*) kelompok B sebesar 0,000, uji beda antara dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) kelompok A – keahlian (*expertise*) kelompok B sebesar 0,006. Uji beda antara dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) kelompok A – daya tarik (*physical attractiveness*) kelompok B sebesar 0,029. Uji beda antara dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) kelompok A – keahlian (*expertise*) kelompok B sebesar 0,000. Uji beda antara dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) kelompok A – keterpercayaan (*trustworthiness*) kelompok B sebesar 0,011.

Semuanya memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil dari taraf signifikansi 5% (0,05) maka untuk mengetahui mana diantara tiga dimensi ini yang paling mendominasi adalah dengan cara melihat nilai rata-rata dari masing-masing dimensi.

Seperti yang telah dijelaskan diatas, bahwa dimensi keahlian (*expertise*) memiliki nilai rata-rata tertinggi daripada dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*) dan daya Tarik (*physical attractiveness*) sehingga hipotesis nol (H_0) dapat diterima oleh data.

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah :

H_0 : Dimensi *expertise* (keahlian) tidak mendominasi kredibilitas Tengku Fadli di kalangan konsumen Boediman Jr Barbershop.

H_1 : Dimensi *expertise* (keahlian) mendominasi kredibilitas Tengku Fadli di kalangan konsumen Boediman Jr Barbershop.

Dari hasil olah data peneliti, antara 3 dimensi yang diuji yaitu dimensi keahlian (*expertise*), keterpercayaan (*trustworthiness*), dan daya tarik (*physical attractiveness*), dimensi keahlian (*expertise*) memiliki nilai rata-rata paling tinggi.

Ohanion dalam Wijaya (2015:40) menjelaskan bahwa keahlian (*expertise*) berhubungan dengan penilaian dimana sumber dianggap berpengetahuan, cerdas, berpengalaman, memiliki kewenangan tertentu dan menguasai *skill* yang bisa diandalkan. Jika khalayak mempersepsi komunikator sebagai orang yang ahli maka mereka cenderung bersedia mendengarkan, mempelajari dan menerima isi pesan yang disampaikan. Dimensi keahlian digambarkan oleh indikator sebagai berikut :

a. Ahli (*expert*)

Berarti orang yang mahir, menguasai, paham sekali dalam suatu ilmu. Ahli juga berarti orang yang memiliki kemampuan dalam menelaah, menganalisis, menginterpretasi suatu ilmu.

Tengku Fadli yang menggeluti dunia barber sejak 2011 dan telah memiliki pengalaman menjadi *barberman* di beberapa *barbershop* di Yogyakarta tentu banyak menemui konsumen dengan berbagai macam jenis rambut dan mencukurnya sesuai dengan permintaan konsumen. Hal ini tentunya menjadi pembelajaran baginya dalam menangani berbagai macam jenis rambut dan meningkatkan keahlian dalam memotong rambut. Selain itu, menjadi juara 5 pada

kompetisi *The Cuts* Indonesia tentunya keahlian dari seorang Tengku Fadli tidak perlu diragukan lagi.

b. Berpengalaman (*experienced*)

Berpengalaman berarti mempunyai pengalaman. Berpengalaman juga berarti telah banyak pengalaman.

Tengku Fadli yang bergelut di dunia barber sejak 2011, tentu telah memiliki banyak pengalaman baik sebagai barber di Satria *barbershop* dan juga sebagai *barber* sekaligus sebagai tangan kanan atau orang yang dipercaya oleh pemilik Boediman Jr *barbershop* dalam menangani Boediman Jr *barbershop store 2* yang ada di Jl. Danganggulo C.18, Pogung Baru, Sleman, Yogyakarta.

c. Berpengetahuan (*knowledge*)

Orang yang mempunyai pengetahuan yang luas, yang mempunyai pikiran mengarah pada kreatifitas, mampu menguasai dengan baik suatu ilmu.

Sebagai *barberman*, pengetahuan Tengku Fadli mengenai *trend* rambut di seluruh dunia tentu sangat bagus. Ia terus memperbaharui pengetahuan mengenai model rambut yang tengah ramai diperbincangkan.

d. Berkualitas (*qualified*)

Berkualitas berarti mempunyai kualitas, dan bermutu baik.

Tengku Fadli yang kini telah memiliki banyak konsumen tetap yang puas akan kinerjanya. Hal tersebut tentu tidak terlepas dari kualitas

Fadli sebagai *barberman* yang mempunyai keahlian, dan pengetahuan yang tinggi.

e. Terampil (*skilled*)

Terampil berarti cakap dalam menyelesaikan tugas. Terampil juga berarti mampu dan cekatan.

Dalam mencukur rambut, Tengku Fadli selalu mengutamakan detail atau ketelitian dan tidak mengesampingkan kecakapannya dalam mencukur. Karena hal tersebut, ia membatasi waktunya dalam mencukur rambut setiap konsumen dengan durasi maksimal 1 jam.

Tingginya dimensi keahlian (*expertise*) Tengku Fadli tentu tidak terlepas dari latar belakangnya sebagai *barberman* yang menjadi juara 5 pada kompetisi *The Cuts* Indonesia yang merupakan kompetisi bagi para seniman rambut atau *barberman* di seluruh Indonesia. Kompetisi tersebut menuntut keahlian, kecerdasan, dan pengalaman dalam mencukur rambut dari setiap kontestan yang lolos pada setiap babak. Selain itu, dimensi keahlian (*expertise*) mendominasi kredibilitas Tengku Fadli sebagai *barberman* karena seperti yang kita tahu bahwa usaha *barbershop* merupakan *high involvement product* atau produk-produk yang mempunyai risiko tinggi untuk konsumen membeli dan menggunakan, konsumen akan mempertimbangkannya sebelum membeli dan menggunakan produk tersebut. Produk yang dimaksud dalam hal ini adalah jasa potong rambut yang ditawarkan oleh Boediman Jr. Jika hasil potongan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen, maka akan mengganggu penampilan dari konsumen. Oleh karena itu, keahlian dari seorang *barberman*

menjadi hal vital dalam bidang usaha *barbershop* agar konsumen mendapatkan hasil sesuai dengan apa yang diinginkan.

Dari hasil olah data peneliti, dimensi yang memiliki nilai rata-rata tertinggi kedua adalah dimensi keterpercayaan (*trustworthiness*).

Johnston dalam Wijaya (2015:39) menjelaskan bahwa berkaitan dengan penilaian khalayak bahwa sumber informasi dianggap tulus, jujur, bijak dan adil, objektif, memiliki integritas pribadi, serta memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi. Hal ini akan mempengaruhi penilaian masyarakat tentang dirinya dan perilakunya. Keterpercayaan atau kejujuran sumber banyak bergantung pada persepsi khalayak tentang maksud tindakan sumber. Jika khalayak menilai bahwa tindakan atau ucapan sumber didasari motif untuk mengambil keuntungan sepihak maka ia akan menjadi kurang persuasif ketimbang sumber yang dipersepsi tidak memiliki kepentingan pribadi. Faktor kepercayaan mungkin merupakan faktor paling penting dalam kredibilitas sumber. Seorang sumber yang dianggap tidak jujur atau tidak memiliki integritas pribadi akan kehilangan kepercayaan dari khalayak meskipun ia menyampaikan pesannya dengan tenang, atau ia dikenal sebagai orang yang berkuasa atau ahli tentang topik yang dibicarakannya.

Dalam dunia barber, konsumen lebih mengutamakan *skill* atau keahlian dari seorang *barberman* dan kepercayaan pada seorang *barberman* menjadi pertimbangan kedua setelah keahlian. Konsumen akan percaya pada seorang *barberman* jika kinerjanya bagus. Hal tersebut didukung oleh banyaknya

konsumen tetap Tengku Fadli dan banyaknya murid Tengku Fadli yang terdaftar di Tengku Fadli Studio yang merupakan *barber school* atau sekolah yang ia dirikan.

Dari hasil olah data peneliti, dimensi yang memiliki nilai rata-rata tertinggi ketiga adalah dimensi daya tarik (*physical attractiveness*).

McGuire, 1969 dalam Biswas *et al* (Soliha, 2011:17) pada jurnalnya "*Pengaruh Kredibilitas Sumber dan Rerangka Pesan Pada Persepsi Risiko Konsumen*" menjelaskan bahwa daya tarik sumber termasuk variable yang paling banyak dimanfaatkan oleh kalangan praktisi periklanan, kampanye politik, dan Public Relation dalam mengefektifkan pesan-pesan yang mereka sampaikan. Secara umum konsep ini meliputi penampilan fisik dan identitas psikologis. Kita mengarahkan identitas psikologis sebagai daya tarik pada seseorang yang didasarkan pada kesamaan nilai atau karakteristik kepribadian lainnya. Daya tarik sumber akan berhasil dalam berkomunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika komunikan bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan komunikator.

Sebagai *barberman*, Tengku Fadli memiliki daya tarik fisik tersendiri yaitu dengan *tattoo* yang memnuhi beberapa bagian dari tubuhnya sebagai ciri khas dan memiliki wajah yang tampan. Ia beberapa kali menjadi bintang iklan atau model dari beberapa produk perawatan rambut. Dimensi daya tarik (*physical attractiveness*) menghasilkan nilai rata-rata tertinggi ketiga pada hasil olah data peneliti dikarenakan daya tarik fisik bukan merupakan pertimbangan utama konsumen memilih ia sebagai *barberman*.