

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu pendapat atau kesimpulan sementara yang harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis yang hendak dibuktikan kebenarannya yaitu:

1. Testifier, dialog / aspek verbal dan seting iklan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap produk teh botol sosro.

testifier terhadap minat beli konsumen dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial (r^2) yaitu sebesar 0,005. Artinya minat beli konsumen dapat dijelaskan oleh variabel testifier hanya sebesar 0,5 %.

Koefisien variabel dialog/aspek verbal sebesar 0,434 artinya terdapat hubungan positif sebesar 43,4 % antara variabel dialog/aspek verbal dengan minat beli konsumen. Sedangkan besarnya pengaruh variabel dialog/aspek verbal terhadap minat beli konsumen dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial (r^2) yaitu sebesar 0,188. Artinya minat beli konsumen dapat dijelaskan oleh variabel dialog/aspek verbal sebesar 18,8 %.

Koefisien variabel setting iklan sebesar -0,067 artinya terdapat hubungan negatif sebesar 6,7 % antara variabel setting iklan dengan minat beli konsumen. Sedangkan besarnya pengaruh variabel setting iklan terhadap minat beli konsumen dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial (r^2) yaitu sebesar 0,006. Artinya minat beli konsumen dapat dijelaskan oleh variabel dialog/aspek verbal sebesar 0,6%.

Dari analisis ketiga variabel tersebut koefisien determinasi parsial terbesar ditunjukkan oleh variabel dialog/aspek verbal (X_2) sebesar 0,188 atau 18,8%. Dengan demikian untuk variabel dialog/aspek verbal mempunyai pengaruh yang dominan terhadap minat beli konsumen.