BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah

Bisnis retail merupakan bisnis yang banyak dijalankan oleh pelaku bisnis pada zaman sekarang. Dan sangat mudah bagi kita untuk menemukan toko-toko ritel pada saat ini terutama di kota-kota besar, bahkan sekarang mulai merembet ke daerah pinggiran kota bahkan pedesaan. Konsep bisnis ritel pada saat ini banyak sekali jenisnya dan yang banyak dijumpai adalah toko ritel modern. Toko ritel modern pun memiliki banyak klasifikasinya, banyak macamnya sesuai dengan jenis barang yang dijual, dari pakaian, kebutuhan sehari-hari, kendaraan, bahan bangunan dan lain lain. Sejarah perkembangan toko ritel di Indonesia dimulai dari era 60-an masyarakat mulai mengenal ritel modern dengan dibukanya Sarinah yang berformat departemen store di jalan MH Thamrin, Jakarta. Pada era 70 s/d 80-an muncul format departemen store dan supermarket dengan konsep lebih modern oleh pengusaha lokal seperti Matahari, Hero dan Ramayana. Sedangkan pada era tahun 90-an ditandai dengan makin beragamnya toko ritel dan mulai bermunculan banyak pesaing baru yang berasal dari peritel lokal maupun peritel asing. Seperti Hero, Sogo, Wall mart dan mulai bermunculan pritel lokal lain seperti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

indomaret, alfamart dll. Perkembangan era 90-an terus berkembang sampai sekarang dengan tingkat persaingan yang makin tinggi.[87]

Bentar Swalayan merupakan salah satu toko ritel dengan konsep modern yang berdiri dan bersaing melawan toko ritel besar yang lain. Bentar Swalayan didirikan pertama kali pada tahun 1992 di kota Sidoarjo tepatnya di Perum Deltasari Blok AL No. 7 oleh pasangan bapak Sukamid dan Ibu Retno Ambarwati. Hingga sampai sekarang Bentar Swalayan telah memiliki 5 cabang yang tersebar di beberapa kota di Jawa Timur.[88]

2. Ide awal

Semula bapak Sukamid adalah pegawai petrokimia sedangkan Ibu Retno Ambarwati adalah Pegawai negeri Sipil (PNS). Terlepas menjadi seorang pegawai bapak Sukamid dan ibu Retno Ambarwati tidak membuat beliau santai-santai di zona nyaman beliau sebagai seorang pegawai. Di sela-sela aktivitas pekerjaannya sebagai seorang pegawai bapak Sukamid dan Ibu Retno Ambarwati mencoba peruntungan bisnis dengan membuka toko ritel modern yang di kasih nama Bentar Swalayan yang berdiri pada tahun 1992. Pada tahun tersebut masih jarang ditemukan toko retail dengan konsep modern sehingga dari keadaan tersebut bapak Sukamid dan Ibu Retno Ambarwati mencoba mendirikan toko ritel, selain itu juga melihat dari prospek toko retail yang bagus, membuat bapak Sukamid dan Ibu Retno Ambarwati makin optimis untuk mendirikan usahanya tersebut. Seiring dengan berjalannya waktu, berawal dari toko pertama yang ada di

[87] Asep Sujana, 2012, Manajemen Minimarket, Raih Asa Sukses, Jakarta, Hal. 26-29
[88] hasil wawancara dengan Dewi Noviasari selaku Kepala Toko, pada tanggal 18 juni 2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perum Deltasari dan melihat dari perkembangan toko retailnya yang bagus bapak Sukamid dan Ibu Retno Ambarwati Memutuskan untuk mundur dari profesinya sebagai pegawai Petrokimia dan PNS. dan lebih memilih fokus untuk kembangkan Toko Bentar Swalayannya sampai sekarang.[89]

3. Lokasi

Setelah menjalankan bisnis ritelnya sejak 1992 sampai sekarang akhirnya Bentar Swalayan memiliki 5 outlet berikut adalah daftar 5 cabang toko Bentar.

1) Toko Bentar Deltasari Blok AL No. 7 Sidoarjo
2) Toko Bentar Rewwin JL. Brigjen Katamso 401-403, Waru Sidoarjo
3) Toko Bentar Mojokerto
4) Toko Bentar Blitar
5) Toko Bentar Kediri

Dan lokasi penelitian ini di Bentar Swalayan rewwin JL. Brigjen Katamso 401-403, Waru Sidoarjo.[90]

4. Struktur Organisasi

1) Pimpinan : Sukamid
2) Kepala Toko : Dewi Noviasari
3) Supervisor : Yanti dan Sholeh

[89] hasil wawancara dengan Dewi Noviasari selaku Kepala Toko, pada tanggal 18 juni 2015
[90] hasil wawancara dengan Dewi Noviasari selaku Kepala Toko, pada tanggal 20 juni 2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Karyawan : Fitry, Nila, maya, risty ila, ali, anik, hany, rina, rudy, wita, ning, natin, dian dan mamat.[91]

B. Penyajian Data

1. Karakteristik responden

Responden dalam penelitian ini beragam, yaitu dalam hal jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan. Responden dalam penelitian ini adalah 100 pengunjung toko Bentar. Kuesioner dibagikan secara acak kepada pengunjung tanpa memilih, artinya semua pengunjung berkesempatan sama untuk menjadi responden. Namun, kuesioner penelitian hanya diberikan kepada pengunjung yang mau menjadi responden saja.

Berikut adalah karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan.

a. Jenis Kelamin

Berikut adalah komposisi responden laki-laki dan perempuan dalam penelitian ini.

Tabel 4.1

Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah(orang)	Persentase
Laki-Laki	45	45%
Perempuan	55	55%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer diolah

[91] hasil wawancara dengan Dewi Noviasari selaku Kepala Toko, pada tanggal 20 juni 2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, ada 45 orang yang bejenis laki-laki, 55 orang yang berjenis kelamin perempuan. Responden perempuan mendominasi sebesar 55% sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 45%.

b. Usia

Berikut adalah kelompok usia responden dalam penelitian ini,

Tabel 4.2

Usia

Usia	Jumlah (orang)	Persentase
a. Dibawah 25 th	34	34%
b. 25 – 35 th	44	44%
c. 36 – 45 th	18	18%
d. Diatas 45	4	4%
Jumlah	**100**	**100%**

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden merupakan pria dan wanita yang berumur 25 – 35 tahun yaitu sebanyak 44 orang. Kemudian terbanyak selanjutnya adalah responden dengan usia dibawah 25 tahun yaitu sebanyak 34 orang. Selain pada usia anak muda diatas, responden juga ada yang berumur 36-45 tahun yaitu sebanyak 18 orang dan yang berumur diastas 45 tahun sebanyak 4 orang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Pendidikan

Berikut adalah jenjang pendidikan responden dalam penelitian ini, yaitu

Tabel 4.3
Pendidikan

Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase
SMA	64	64%
Diploma	8	8%
S1	27	27%
S2	1	1%
S3	0	0%
Jumlah	**100**	**100%**

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa 64% responden berpendidikan SMA yaitu sebanyak 64 orang. Sebanyak 27% responden berpendidikan S1 yaitu sebanyak 27 orang. Dan 8% responden berpendidikan Diploma yaitu sebanyak 8 orang Dan 1% responden berpendidikan S2 yaitu sebanyak 1 orang. Dari 100% responden tidak ada yang berpendidikan S3.

d. Pekerjaan

Berikut adalah klasifikasi pekerjaan responden dalam penelitian ini,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.4

Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase
a. Pegawai Swasta	33	33%
b. Pegawai Negeri	6	6%
c. Ibu Rumah Tangga	13	13%
d. Wiraswasta	9	9%
e. Mahasiswa/ Pelajar	30	30%
f. Lainnya	9	9%
Jumlah	**100**	**100%**

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa responden terbanyak berprofesi sebagai pegawai swasta yaitu sebanyak 33%. Terbanyak kedua adalah responden yang berprofesi sebagai mahasiswa/ pelajar, yakni sebesar 30%. Responden dengan berprofesi sebagai ibu rumah tangga sebesar 13%, wiraswasta sebesar 9%, profesi lainnya 9% dan yang berprofesi pegawai negeri sebesar 6%.

e. Tingkat pengeluaran rata-rata per bulan

Berikut adalah Tingkat pengeluaran rata-rata per bulan oleh responden dalam penelitian ini,

Tabel 4.5

Tingkat pengeluaran rata-rata per bulan

Nama Produk	Jumlah (orang)	Persentase
a. Dibawah 500rb	16	16%
b. 500rb – 1 juta	37	37%

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. 1,1 juta – 2 juta	26	26%
d. 2,1 juta – 3 juta	20	20%
e. Diatas 3 juta	1	1%
Jumlah	**100**	**100%**

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, 37 orang pengeluaran rata-rata per bulan 500 ribu – 1 juta, 26 orang pengeluaran rata-rata per bulan 1,1 juta – 2 juta, 20 orang pengeluaran rata-rata per bulan sebesar 2,1 juta – 3 juta, 16 orang pengeluaran rata-rata per bulan sebesar dibawah 500 ribu, dan 1 orang pengeluaran rata-rata per bulan diatas Rp 3 juta.

f. Frekuensi Pembelian

Berikut adalah data frekuensi pembelian yang dilakukan oleh responden dalam penelitian ini,

Tabel 4.6
Frekuensi Pembelian

Frekuensi	Jumlah (orang)	Persentase
a. 1 kali	16	16%
b. 2- 4 kali	44	44%
c. >4 kali	40	40%
Jumlah	**100**	**100%**

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 100 orang responden, 16 orang telah membeli produk sebanyak satu kali, 44 orang sebanyak 2- 4 kali, dan 40 orang sebanyak lebih dari 4 kali.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Karakteristik Jawaban Responden

a. Lokasi Toko

Dalam Variabel lokasi toko, peneliti memberikan 2 pernyataan yang akan direspon oleh responden. Berikut adalah tabel pernyataan tersebut beserta jumlah respon dari responden,

Tabel 4.7

Lokasi Toko

Item Pernyataan	Jumlah orang yang merespon dengan					Jumlah
	SS	S	R	TS	STS	
1. Lokasi bentar berada di lokasi yang strategis dan berada di trading area.	34	58	1	2	0	100
2. Lokasi bentar dekat dengan pemukiman atau berusaha mendekati sebagaian besar pelanggan sasarannya.	27	67	5	1	0	100

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat dilihat, yaitu dari 100 responden, 34 orang menyatakan sangat setuju bahwa **Lokasi Bentar berada dilokasi yang srategis dan berada di trading area** , 58 orang menyatakan setuju, 1 orang menyatakan ragu-ragu, 2 orang menyatakan tidak setuju, dan tidak ada orang yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan **Lokasi bentar dekat dengan pemukiman atau berusaha mendekati sebagaian besar pelanggan sasarannya**, dari 100 responden 27 orang menjawab sangat setuju, 67 orang menjawab setuju, 5 orang menjawab ragu-

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ragu, 1 orang menjawab tidak setuju, dan tidak ada orang yg menjawab sangat tidak setuju.

b. Pelayanan

Dalam Variabel pelayanan, peneliti memberikan 3 pernyataan yang akan direspon oleh responden. Berikut adalah tabel pernyataan tersebut beserta jumlah respon dari responden,

Tabel 4.8

Pelayanan

Item Pernyataan	Jumlah orang yang merespon dengan					Jumlah
	SS	S	R	TS	STS	
3. Bentar memberikan bantuan informasi, informasi jam operasional toko, fasilitas parkir dan keamananya, penyediaan trolley dan keranjang.	16	61	19	4	0	100
4. Bentar memberikan pelayanan kasir, pramuniaga, jumlah kasir yang memadai dan pelayanan pembayaran dengan kartu debit/kredit.	16	65	18	1	0	100
5. memberikan pelayanan penanganan keluhan, pengembalian barang, pelayanan dan perbaikan.	19	48	26	5	2	100

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat dilihat, yaitu dari 100 responden, 16 orang menyatakan sangat setuju bahwa **Bentar memberikan bantuan informasi, informasi jam operasional toko, fasilitas parkir dan keamananya, penyediaan trolley dan keranjang**, 61 orang menyatakan setuju, 19 orang menyatakan ragu-ragu, 4 orang menyatakan tidak setuju, dan tidak ada orang yang menyatakan sangat tidak setuju.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada item pernyataan **Bentar memberikan pelayanan kasir, pramuniaga, jumlah kasir yang memadai dan pelayanan pembayaran dengan kartu debit/kredit**, dari 100 responden 16 orang menjawab sangat setuju, 65 orang menjawab setuju, 18 orang menjawab ragu-ragu, 1 orang menjawab tidak setuju, dan tidak ada orang yg menjawab sangat tidak setuju.

Dan Pada item pernyataan **memberikan pelayanan penanganan keluhan, pengembalian barang, pelayanan dan perbaikan**, dari 100 responden 19 orang menjawab sangat setuju, 48 orang menjawab setuju, 26 orang menjawab ragu-ragu, 5 orang menjawab tidak setuju, dan 2 orang yg menjawab sangat tidak setuju.

c. Produk

Dalam Variabel produk, peneliti memberikan 2 pernyataan yang akan direspon oleh responden. Berikut adalah tabel pernyataan tersebut beserta jumlah respon dari responden,

Tabel 4.9

Produk

Item Pernyataan	Jumlah orang yang merespon dengan					Jumlah
	SS	S	R	TS	STS	
6. **Bentar** menjaga Ketersediaan dan Kelengkapan produk-produknya.	19	58	21	2	0	100
7. **Bentar** menyediakan Keragaman merek, karakteristik produk yang sangat baik dan produk yang berkualitas.	20	54	24	1	1	100

Sumber: Data primer diolah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari tabel diatas dapat dilihat, yaitu dari 100 responden, 19 orang menyatakan sangat setuju bahwa **Bentar menjaga Ketersediaan dan Kelengkapan produk-produknya**, 58 orang menyatakan setuju, 21 orang menyatakan ragu-ragu, 2 orang menyatakan tidak setuju, dan tidak ada orang yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan **Bentar menyediakan Keragaman merek, karakteristik produk yang sangat baik dan produk yang berkualitas**, dari 100 responden 20 orang menjawab sangat setuju, 54 orang menjawab setuju, 24 orang menjawab ragu-ragu, 1 orang menjawab tidak setuju, dan 1 orang yg menjawab sangat tidak setuju.

d. Harga

Dalam Variabel harga, peneliti memberikan 2 pernyataan yang akan direspon oleh responden. Berikut adalah tabel pernyataan tersebut beserta jumlah respon dari responden,

Tabel 4.10

Harga

Item Pernyataan	Jumlah orang yang merespon dengan					Jumlah
	SS	S	R	TS	STS	
8. harga produk yang dijual di **Bentar** sangat terjagkau.	16	52	28	3	1	100
9. Harga produk yang dijual di **Bentar** sesuai dengan kualitas dan pelayanan toko	27	49	20	4	0	100

Sumber: Data primer diolah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari tabel diatas dapat dilihat, yaitu dari 100 responden, 16 orang menyatakan sangat setuju bahwa **harga produk yang dijual di Bentar sangat terjagkau**, 52 orang menyatakan setuju, 28 orang menyatakan ragu-ragu, 3 orang menyatakan tidak setuju, dan 1 orang yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan **Harga produk yang dijual di Bentar sesuai dengan kualitas dan pelayanan toko**, dari 100 responden 27 orang menjawab sangat setuju, 49 orang menjawab setuju, 20 orang menjawab ragu-ragu, 4 orang menjawab tidak setuju, dan tidak ada orang yg menjawab sangat tidak setuju.

e. Suasana Toko

Dalam Variabel Suasana Toko, peneliti memberikan 3 pernyataan yang akan direspon oleh responden. Berikut adalah tabel pernyataan tersebut beserta jumlah respon dari responden,

Tabel 4.11

Suasana Toko

Item Pernyataan	Jumlah orang yang merespon dengan					Jumlah
	SS	S	R	TS	STS	
10. Tata letak **Bentar** yang baik terlihat dari Penempatan produk, display rak dan Luas ruangan **Bentar**.	18	58	21	3	0	100
11. Desain eksterior **Bentar** yang bagus terlihat dari Penempatan pintu masuk, Penerangan diluar toko, Penempatan papan reklame dan Tanda petunjuk lokasi **Bentar**.	23	54	21	2	0	100
12. Desain Interior **Bentar** yang baik terlihat dari Ketinggian langit-langit toko, Penerangan, warna cat dalam toko, suhu ruangan toko, Kebersihan	22	59	17	2	0	100

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

toko, Penampilan dan kerapihan pramuniaga.						

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat dilihat, yaitu dari 100 responden, 18 orang menyatakan sangat setuju bahwa **Tata letak Bentar yang baik terlihat dari Penempatan produk, display rak dan Luas ruangan Bentar**, 58 orang menyatakan setuju, 21 orang menyatakan ragu-ragu, 3 orang menyatakan tidak setuju, dan tidak ada orang yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan **Desain eksterior Bentar yang bagus terlihat dari Penempatan pintu masuk, Penerangan diluar toko, Penempatan papan reklame dan Tanda petunjuk lokasi Bentar**, dari 100 responden 23 orang menjawab sangat setuju, 54 orang menjawab setuju, 21 orang menjawab ragu-ragu, 2 orang menjawab tidak setuju, dan tidak ada orang yg menjawab sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan **Desain Interior Bentar yang baik terlihat dari Ketinggian langit-langit toko, Penerangan, warna cat dalam toko, suhu ruangan toko, Kebersihan toko, Penampilan dan kerapihan pramuniaga**, dari 100 responden 22 orang menjawab sangat setuju, 59 orang menjawab setuju, 17 orang menjawab ragu-ragu, 2 orang menjawab tidak setuju, dan tidak ada orang yg menjawab sangat tidak setuju.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

f. Karyawan Toko

Dalam Variabel Karyawan Toko, peneliti memberikan 2 pernyataan yang akan direspon oleh responden. Berikut adalah tabel pernyataan tersebut beserta jumlah respon dari responden,

Tabel 4.12

Karyawan Toko

Item Pernyataan	Jumlah orang yang merespon dengan					Jumlah
	SS	S	R	TS	STS	
13. Karyawan **Bentar** memiliki pengetahuan tentang barang dan mengatur kelengkapan barang.	15	64	16	4	1	100
14. Karyawan **Bentar** memiliki Kemampuan dalam melakukan penjualan, melayani konsumen dan mengetahui kebijakan toko.	17	61	19	3	0	100

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat dilihat, yaitu dari 100 responden, 15 orang menyatakan sangat setuju bahwa **Karyawan Bentar memiliki pengetahuan tentang barang dan mengatur kelengkapan barang**, 64 orang menyatakan setuju, 16 orang menyatakan ragu-ragu, 4 orang menyatakan tidak setuju, dan 1 orang yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan **Karyawan Bentar memiliki Kemampuan dalam melakukan penjualan, melayani konsumen dan mengetahui kebijakan toko**, dari 100 responden 17 orang menjawab sangat setuju, 61 orang menjawab setuju, 19

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

orang menjawab ragu-ragu, 3 orang menjawab tidak setuju, dan tidak ada orang yg menjawab sangat tidak setuju.

g. Promosi

Dalam Variabel Promosi, peneliti memberikan 3 pernyataan yang akan direspon oleh responden. Berikut adalah tabel pernyataan tersebut beserta jumlah respon dari responden,

Tabel 4.13

Promosi

Item Pernyataan	Jumlah orang yang merespon dengan					Jumlah
	SS	S	R	TS	STS	
15. **Bentar** sering melakukan promosi Iklan, berbagai media seperti, televisi, radio, majalah, surat kabar, katalog dan media lainnya.	14	48	26	10	2	100
16. **Bentar** menerapkan promosi Penjualan langsung, meliputi Promosi langsung oleh pramuniaga.	12	57	21	10	0	100
17. **Bentar** menerapkan Promosi penjualan, meliputi pemberian sampel produk, kupon hadiah, Promosi hadiah barang, Penjualan dengan diskon, Event khusus, Program kupon, Program undian, Progran kartu member.	19	58	18	4	1	100

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat dilihat, yaitu dari 100 responden, 14 orang menyatakan sangat setuju bahwa **Bentar sering melakukan promosi Iklan, berbagai media seperti, televisi, radio, majalah, surat kabar, katalog dan media lainnya**, 48 orang menyatakan setuju, 26 orang menyatakan ragu-ragu, 10 orang menyatakan tidak setuju, dan 2 orang yang menyatakan sangat tidak setuju.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada item pernyataan **Bentar menerapkan promosi Penjualan langsung, meliputi Promosi langsung oleh pramuniaga**, dari 100 responden 12 orang menjawab sangat setuju, 57 orang menjawab setuju, 21 orang menjawab ragu-ragu, 10 orang menjawab tidak setuju, dan tidak ada orang yg menjawab sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan **Bentar menerapkan Promosi penjualan, meliputi pemberian sampel produk, kupon hadiah, Promosi hadiah barang, Penjualan dengan diskon, Event khusus, Program kupon, Program undian, Progran kartu member**, dari 100 responden 19 orang menjawab sangat setuju, 58 orang menjawab setuju, 18 orang menjawab ragu-ragu, 4 orang menjawab tidak setuju, dan 1 orang yg menjawab sangat tidak setuju.

h. Pengambilan keputusan Pembelian konsumen

Dalam Variabel Pengambilan keputusan Pembelian konsumen, peneliti memberikan 5 pernyataan yang akan direspon oleh responden. Berikut adalah tabel pernyataan tersebut beserta jumlah respon dari responden,

Tabel 4.14

Pengambilan keputusan Pembelian konsumen

Item Pernyataan	Jumlah orang yang merespon dengan	Jumlah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	SS	S	R	TS	STS	
18. Saya suka berbelanja di toko ini	15	73	10	2	0	100
19. Saya mencari informasi tentang beberapa toko sejenis (Bentar Minimarket, Alfamart, indomeret dan toko lainnya)	11	58	25	6	0	100
20. Saya mengevaluasi beberapa toko lain yang sejenis	12	51	30	5	2	100
21. Saya memutuskan membeli produk di toko ini setelah melakukan evaluasi terhadap beberapa toko sejenis yang lain.	13	58	23	5	1	100
22. Saya sering membeli produk di toko ini karena telah merasa puas	16	70	13	1	0	100

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat dilihat, yaitu dari 100 responden, 15 orang menyatakan sangat setuju bahwa **suka berbelanja di toko Bentar**, 73 orang menyatakan setuju, 10 orang menyatakan ragu-ragu, 2 orang menyatakan tidak setuju, dan tidak ada menyatakan sangat tidak setuju.

Kemudian, dari 100 responden, 11 orang menyatakan sangat setuju bahwa mereka **mencari informasi tentang beberapa toko sejenis (Bentar Minimarket, Alfamart, indomeret dan toko lainnya)**, 58 orang menyatakan setuju, 25 orang menyatakan ragu-ragu, 6 orang menyatakan tidak setuju, dan tidak ada orang yang menyatakan sangat tidak setuju.

Selanjutnya, dari 100 responden, 12 orang menyatakan sangat setuju bahwa mereka **mengevaluasi beberapa toko lain yang sejenis Bentar**, 51 menyatakan setuju, 30 orang menyatakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ragu-ragu, 5 orang menyatakan tidak setuju, dan 2 orang menyatakan sangat tidak setuju.

Lalu, dari 100 responden, 13 orang menyatakan sangat setuju bahwa mereka **memutuskan membeli produk di toko Bentar setelah melakukan evaluasi terhadap beberapa toko sejenis yang lain**, 58 orang menyatakan setuju, 23 orang menyatakan ragu-ragu, 5 orang menyatakan tidak setuju, dan 1 orang menyatakan sangat tidak setuju.

Yang terakhir, dari 100 responden, 16 orang menyatakan sangat setuju bahwa **mereka sering membeli produk di toko Bentar karena telah merasa puas**, 70 orang menyatakan setuju, 13 orang menyatakan ragu-ragu, 1 orang menyatakan tidak setuju, dan tidak ada orang yang menyatakan sangat tidak setuju.

3. Uji Validitas Instrumen

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin di ukur. Validitas item di tunjukkan dengan adanya korelasi atau dukungan terhadap skor total, perhitungan dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item. Dan dari hasil perhitungan korelasi akan didapat suatu koefisiensi korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak. Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

biasanya dilakukan uji signifikan koefesien korelasi pada taraf signifikansi 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan dengan skor total. Dalam penelitian ini pengujian validitas instrumen menggunakan korelasi *Bivariate Pearson*. Yaitu dengan cara membandingkan r hitung dan r tabel. Instrumen dikatakan valid apabila r hitung lebih besar daripada r tabel. Jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka instrumen tersebut harus diganti atau diperbaiki.Berikut adalah hasil uji validasi instrumen dalam penelitian ini.

a. Variabel Lokasi

Dalam variabel lokasi, terdapat 2 item pernyataan. Berikut adalah hasil uji validasi dari item pernyataan tersebut.

Tabel 4.15

Hasil Validasi Instrumen Lokasi

Correlations

		itemL1	itemL2	X1_Lokasi
itemL1	Pearson Correlation	1	,269**	,811**
	Sig. (2-tailed)		,007	,000
	N	100	100	100
itemL2	Pearson Correlation	,269**	1	,782**
	Sig. (2-tailed)	,007		,000
	N	100	100	100
X1_Lokasi	Pearson Correlation	,811**	,782**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Pada tabel tersebut didapatkan nilai r hitung item-item pernyataan variabel Lokasi sebesar 0.811 dan 0.782. Sedangkan nilai r

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tabel untuk n sebanyak 100 adalah 0.195. Jadi, seluruh nilai r hitung tersebut lebih besar dari r tabel. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dalam variabel Lokasi valid.

b. Variabel Pelayanan

Dalam variabel Pelayanan, terdapat 3 item pernyataan. Berikut adalah hasil uji validasi dari item pernyataan tersebut.

Tabel 4.16

Hasil Validasi Instrumen Pelayanan

Correlations

		itemP1	itemP2	itemP3	X2_Pelayanan
itemP1	Pearson Correlation	1	,174	,168	,632**
	Sig. (2-tailed)		,083	,094	,000
	N	100	100	100	100
itemP2	Pearson Correlation	,174	1	,278**	,646**
	Sig. (2-tailed)	,083		,005	,000
	N	100	100	100	100
itemP3	Pearson Correlation	,168	,278**	1	,770**
	Sig. (2-tailed)	,094	,005		,000
	N	100	100	100	100
X2_Pelayanan	Pearson Correlation	,632**	,646**	,770**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Pada tabel diatas didapatkan nilai r hitung item-item pernyataan variabel Pelayanan sebesar 0.632, 0.646 dan 0.770. Sedangkan nilai r tabel untuk n sebanyak 100 adalah 0.195. Jadi, seluruh nilai r hitung

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut lebih besar dari r tabel. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dalam variabel Pelayanan valid.

c. Variabel Produk

Dalam variabel Produk, terdapat 2 item pernyataan. Berikut adalah hasil uji validasi kedua item pernyataan tersebut.

Tabel 4.17
Hasil Validasi Instrumen Produk

Correlations

		itemPr1	itemPr2	X3_Produk
itemPr1	Pearson Correlation	1	,453**	,839**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
itemPr2	Pearson Correlation	,453**	1	,865**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
X3_Produk	Pearson Correlation	,839**	,865**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Pada tabel diatas didapatkan nilai r hitung item-item pernyataan variabel Produk sebesar 0.839, dan 0.863. Sedangkan nilai r tabel untuk n sebanyak 100 adalah 0.195. Jadi, seluruh nilai r hitung tersebut lebih besar dari r tabel. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dalam variabel Produk valid.

d. Variabel Harga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam variabel Harga, terdapat 2 item pernyataan. Berikut adalah hasil uji validasi kedua item pernyataan tersebut.

Tabel 4.18

Hasil Validasi Instrumen harga

Correlations

		itemH1	itemH2	X4_Harga
itemH1	Pearson Correlation	1	,498**	,863**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
itemH2	Pearson Correlation	,498**	1	,868**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
X4_Harga	Pearson Correlation	,863**	,868**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Pada tabel diatas didapatkan nilai r hitung item-item pernyataan variabel Harga sebesar 0.863, dan 0.868. Sedangkan nilai r tabel untuk n sebanyak 100 adalah 0.195. Jadi, seluruh nilai r hitung tersebut lebih besar dari r tabel. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dalam variabel Harga valid.

e. Variabel Suasana Toko

Dalam variabel Suasana Toko, terdapat 3 item pernyataan. Berikut adalah hasil uji validasi ketiga item pernyataan tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.19

Hasil Validasi Instrumen Suasana Toko

Correlations

		itemSt1	itemSt2	itemSt3	X5_SuasanaToko
itemSt1	Pearson Correlation	1	,290**	,187	,731**
	Sig. (2-tailed)		,003	,062	,000
	N	100	100	100	100
itemSt2	Pearson Correlation	,290**	1	,081	,686**
	Sig. (2-tailed)	,003		,421	,000
	N	100	100	100	100
itemSt3	Pearson Correlation	,187	,081	1	,612**
	Sig. (2-tailed)	,062	,421		,000
	N	100	100	100	100
X5_SuasanaToko	Pearson Correlation	,731**	,686**	,612**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Pada tabel diatas didapatkan nilai r hitung item-item pernyataan variabel Suasana Toko sebesar 0.731, 0.686 dan 0.612. Sedangkan nilai r tabel untuk n sebanyak 100 adalah 0.195. Jadi, seluruh nilai r hitung tersebut lebih besar dari r tabel. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dalam variabel Suasana Toko valid.

f. Variabel Karyawan Toko

Dalam variabel karyawan toko, terdapat 2 item pernyataan. Berikut adalah hasil uji validasi kedua item pernyataan tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.20

Hasil Validasi Instrumen Karyawan Toko

Correlations

		itemK1	itemK2	X6_Karyawan
itemK1	Pearson Correlation	1	,375**	,842**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
itemK2	Pearson Correlation	,375**	1	,815**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
X6_Karyawan	Pearson Correlation	,842**	,815**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Pada tabel diatas didapatkan nilai r hitung item-item pernyataan variabel Karyawan toko sebesar 0.842, dan 0.615. Sedangkan nilai r tabel untuk n sebanyak 100 adalah 0.195. Jadi, seluruh nilai r hitung tersebut lebih besar dari r tabel. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dalam variabel Karyawan Toko valid.

g. Variabel Promosi

Dalam variabel Promosi, terdapat 3 item pernyataan. Berikut adalah hasil uji validasi ketiga item pernyataan tersebut.

Tabel 4.21

Hasil Validasi Instrumen Promosi

Correlations

		itemPm1	itemPm2	itemPm3	X7_Promosi
itemPm1	Pearson Correlation	1	,503**	,171	,766**
	Sig. (2-tailed)		,000	,089	,000
	N	100	100	100	100

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

itemPm2	Pearson Correlation	,503**	1	,416**	,838**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
itemPm3	Pearson Correlation	,171	,416**	1	,670**
	Sig. (2-tailed)	,089	,000		,000
	N	100	100	100	100
X7_Promosi	Pearson Correlation	,766**	,838**	,670**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Pada tabel diatas didapatkan nilai r hitung item-item pernyataan variabel Promosi sebesar 0.766, 0.838 dan 0.670. Sedangkan nilai r tabel untuk n sebanyak 100 adalah 0.195. Jadi, seluruh nilai r hitung tersebut lebih besar dari r tabel. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dalam variabel Promosi valid.

h. Variabel pengambilan keputusan pembelian

Dalam variable keputusan pembelian, terdapat 5 item pernyataan. Berikut adalah hasil uji validasi kelima item pernyataan tersebut.

Tabel 4.22

Hasil Validasi Instrumen Pengambilan keputusan pembelian

Correlations

		itemKP1	itemKP2	itemKP3	itemKP4	itemKP5	Y_KeputusanPembelian
itemKP1	Pearson Correlation	1	,269**	,028	,050	,273**	,444**
	Sig. (2-tailed)		,007	,781	,620	,006	,000
	N	100	100	100	100	100	100
itemKP2	Pearson Correlation	,269**	1	,566**	,408**	,126	,782**
	Sig. (2-tailed)	,007		,000	,000	,213	,000
	N	100	100	100	100	100	100

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

itemKP3	Pearson Correlation	,028	,566**	1	,378**	,007	,698**
	Sig. (2-tailed)	,781	,000		,000	,944	,000
	N	100	100	100	100	100	100
itemKP4	Pearson Correlation	,050	,408**	,378**	1	,298**	,712**
	Sig. (2-tailed)	,620	,000	,000		,003	,000
	N	100	100	100	100	100	100
itemKP5	Pearson Correlation	,273**	,126	,007	,298**	1	,476**
	Sig. (2-tailed)	,006	,213	,944	,003		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y_Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	,444**	,782**	,698**	,712**	,476**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Pada tabel diatas didapatkan nilai r hitung item-item pernyataan variable keputusan pembelian sebesar 0.444, 0.782, 0.698, 0.712, dan 0.476. Sedangkan nilai r tabel untuk n sebanyak 100 adalah 0.195. Jadi, seluruh nilai r hitung tersebut lebih besar dari r tabel. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dalam variabel keputusan pembelian valid.

4. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas instrumen digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Alam program SPSS ini dengan menggunakan metode Alpha (Cronbach's).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Variabel Lokasi

Tabel 4.23

Reliabilitas Instrumen Variabel Lokasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,424	2

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Dari hasil SPSS di atas di dapat nilai Alpha Sebesar 0.424. sedangkan nila r Kritis (uji 2 sisi) Pada Signifikansi 0,05 dengan jumlah data (n) = 100 didapat r tabel 0.195. karena nilainya lebih dari 0.195, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen Lokasi tersebut reliabel.

b. Variabel Pelayanan

Tabel 4.24

Reliabilitas Instrumen Variabel Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,429	3

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Dari hasil SPSS di atas di dapat nilai Alpha Sebesar 0.429. sedangkan nila r Kritis (uji 2 sisi) Pada Signifikansi 0,05 dengan jumlah data (n) = 100 didapat r tabel 0.195. karena nilainya lebih dari 0.195, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen Pelayanan tersebut reliabel.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Variabel produk

Tabel 4.25

Reliabilitas Instrumen Variabel Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,622	2

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Dari hasil SPSS di atas di dapat nilai Alpha Sebesar 0.622. sedangkan nila r Kritis (uji 2 sisi) Pada Signifikansi 0,05 dengan jumlah data (n) = 100 didapat r tabel 0.195. karena nilainya lebih dari 0.195, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen Produk tersebut reliabel.

d. Variabel Harga

Tabel 4.26

Reliabilitas Instrumen Variabel Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,665	2

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Dari hasil SPSS di atas di dapat nilai Alpha Sebesar 0.665. sedangkan nila r Kritis (uji 2 sisi) Pada Signifikansi 0,05 dengan jumlah data (n) = 100 didapat r tabel 0.195. karena nilainya lebih dari 0.195, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen Harga tersebut reliabel.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Variabel Suasana Toko

Tabel 4.27

Reliabilitas Instrumen Variabel Suasana Toko

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,409	3

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Dari hasil SPSS di atas di dapat nilai Alpha Sebesar 0.409. sedangkan nila r Kritis (uji 2 sisi) Pada Signifikansi 0,05 dengan jumlah data (n) = 100 didapat r tabel 0.195. karena nilainya lebih dari 0.195, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen Suasana Toko tersebut reliabel.

f. Variabel Karyawan Toko

Tabel 4.28

Reliabilitas Instrumen Variabel karyawan Toko

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,544	2

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Dari hasil SPSS di atas di dapat nilai Alpha Sebesar 0.544. sedangkan nila r Kritis (uji 2 sisi) Pada Signifikansi 0,05 dengan jumlah data (n) = 100 didapat r tabel 0.195. karena nilainya lebih dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

0.195, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen karyawan toko tersebut reliabel.

g. Variabel Promosi

Tabel 4.29

Reliabilitas Instrumen Variabel Promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,628	3

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Dari hasil SPSS di atas di dapat nilai Alpha Sebesar 0.628. sedangkan nila r Kritis (uji 2 sisi) Pada Signifikansi 0,05 dengan jumlah data (n) = 100 didapat r tabel 0.195. karena nilainya lebih dari 0.195, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen Promosi tersebut reliabel.

h. Variabel Pengambilan Keputusan Pembelian

Tabel 4.30

Reliabilitas Instrumen Variabel Pengambilan Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,626	5

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Dari hasil SPSS di atas di dapat nilai Alpha Sebesar 0.626. sedangkan nila r Kritis (uji 2 sisi) Pada Signifikansi 0,05 dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jumlah data (n) = 100 didapat r tabel 0.195. karena nilainya lebih dari 0.195, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen pengambilan keputusan pembelian tersebut reliabel.

5. Uji Asumsi Dasar

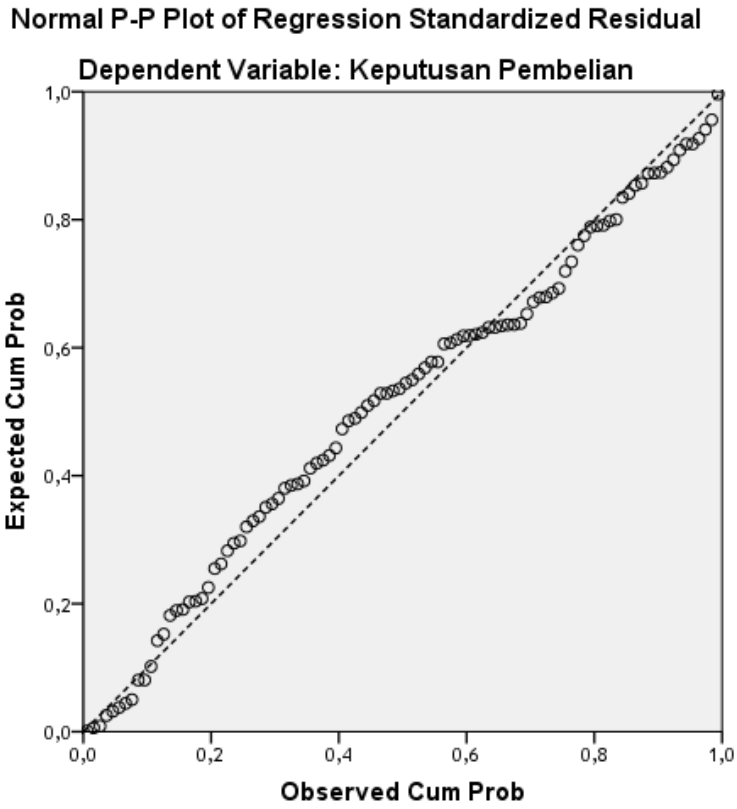
a. Uji Normalitas

uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berditribusi normal apa tidak. Dalam uji normalitas ini menggunakan uji Normal Probability Plot (P-P Plot) uji ini dideteksi dengan melihat persebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik histogram dari residualnya, dan data di katakan berdistribusi normal, jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram. kemudian menguatkannya dengan menggunakan *One Sample Kolmogrov-Smirnov test* (taraf signifikansi 0.05) dengan melihat data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0.05. Berikut adalah hasil pengujian normalitas data dalam penelitian ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 4.1

Grafik P-P Plot Uji Normalitas



Pada gambar P-plot terlihat titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Kemudian untuk menguatkan uji normalitas ini peneliti juga melakukan uji normalitas dengan *One Sample Kolmogrov-Smirnov test* (taraf signifikansi 0.05), dan hasil pengujiannya sebagai berikut

Tabel 4.31

Hasil One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

N		**100**
Normal Parameters[a,b]	Mean	**0E-7**
	Std. Deviation	**2,01067414**
Most Extreme Differences	Absolute	**,091**
	Positive	**,052**
	Negative	**-,091**
Kolmogorov-Smirnov Z		**,912**
Asymp. Sig. (2-tailed)		**,376**

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Dari hasil uji *One-Sample Kolmogrov-Smirnov test* diatas diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.376. Karena nilai 0.376 lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal. Dan dari kedua uji normalitas diatas dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

6. Uji Penyimpangan Asumsi Klasik

a. Uji multikoliniearitas

Uji multikolinieartas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikoliniearitas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen pada model regresi karena persyaratan harus terpenuhi pada model regresi adalah tidak adanya multikoliniearitas. Pada penelitian ini akan dilakukan uji multikoliniearitas dengan melihat nilai *inflation factor* (VIF) pada model regresi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.32

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,299	2,136		-,140	,889		
	Lokasi toko	-,053	,077	-,063	-,698	,487	,812	1,231
	Pelayanan	-,051	,183	-,025	-,279	,781	,806	1,240
	Produk	,459	,121	,369	3,805	,000	,698	1,432
	Harga	,018	,141	,012	,130	,897	,791	1,265
	Suasana Toko	-,050	,123	-,036	-,405	,686	,840	1,190
	Karyawan Toko	,323	,122	,244	2,647	,010	,772	1,295
	Promosi	,520	,141	,324	3,695	,000	,851	1,175

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Syarat tidak terjadi gejala multikolinieritas adalah VIF < 10 dan Tolerance > 0.10.Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa semua nilai Tolerance dalam penelitian ini lebih besar dari 0.10.Begitu juga dengan nilai VIF, semuanya kurang dari 10.Jadi, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinieritas.

b. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan

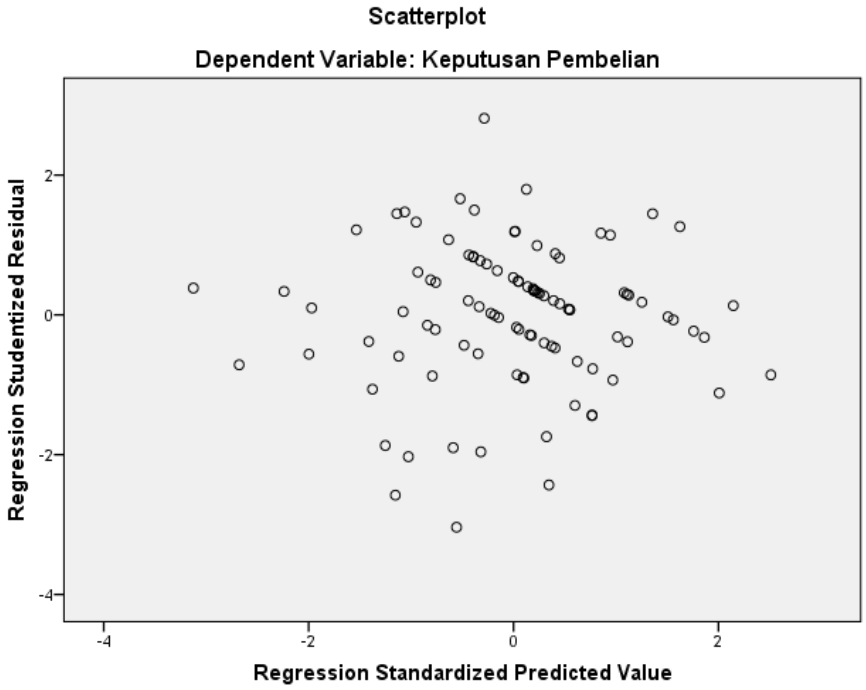
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pada model regresi. Prasarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik scatter plot. Jika terdapat pola tertentu pada grafik scatterplot SPSS. Seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, menyebar, kemudian menyempit) maka dapat disimpulkan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas. Dan sebaliknya, jika tidak ada pola jelas serta titik menyebar maka indikasinya tidak terjai heteroskedasititas.

Gambar 4.2

Grafik Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan output scatterplot di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan teknik analisis regresi yang digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen.Persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \beta 3X3 + \beta 4X4 + \ldots\ldots + \beta nXn + \varepsilon$$

Keterangan:

Y= Variabel Dependen

α = konstanta atau Intercept

β = Koefisien variabel Independen

X = Variabel Independen

ε = Error

Berikut adalah tabel coefficients yang digunakan untuk merumuskan persamaan regresi.

TABEL 4.33
Hasil Persamaan Regresi

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,299	2,136		-,140	,889
Lokasi toko	-,053	,077	-,063	-,698	,487
Pelayanan	-,051	,183	-,025	-,279	,781
Produk	,459	,121	,369	3,805	,000
Harga	,018	,141	,012	,130	,897
Suasana Toko	-,050	,123	-,036	-,405	,686

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Karyawan Toko	,323	,122	,244	2,647	,010
Promosi	,520	,141	,324	3,695	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Dari tabel tersebut dapat irumuskan persamaan regresi dari penelitian ini, yaitu:

$Y = -0{,}299 + (-0{,}053X_1) + (-0{,}051X_2) + 0{,}459X_3 + 0{,}18X_4 + (-0{,}050X_5) + 0{,}323X_6 + 0{,}520X_7$

$\mathbf{= -0{,}299 – 0{,}053X_1 - 0{,}051X_2 + 0{,}459X_3 + 0{,}18X_4 - 0{,}050X_5 + 0{,}323X_6 + 0{,}520X_7}$

Persamaan regresi tersebut apat dijelaskan sebagai berikut:

1) Koefisien regresi variabel Lokasi toko (X_1) sebesar -0,053; artinya jika variabel independen lain nilainya konstan dan lokasi toko mengalami kenaikan 1 satuan, maka keputusan pembelian mengalami penurunan senilai 0,053. Koefisien bernilai negatif, artinya terjadi hubungan negatif antara lokasi toko dengan keputusan pembelian.
2) Koefisien regresi variabel pelayanan (X_2) sebesar -0,051; artinya jika variabel independen lain nilainya konstan dan pelayanan mengalami kenaikan 1 satuan, maka keputusan pembelian mengalami penurunan senilai 0,051. Koefisien bernilai negatif, artinya terjadi hubungan negatif antara pelayanan dengan keputusan pembelian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Koefisien regresi variabel produk (X_3) sebesar 0,459; artinya jika variabel independen lain nilainya konstan dan produk mengalami kenaikan 1 satuan, maka keputusan pembelian mengalami kenaikan senilai 0,459. Koefisien bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif antara produk dengan keputusan pembelian, semakin naik produk semakin meningkat keputusan pembelian.
4) Koefisien regresi variabel harga (X_4) sebesar 0,018; artinya jika variabel independen lain nilainya konstan dan harga mengalami kenaikan 1 satuan, maka keputusan pembelian mengalami kenaikan senilai 0,018. Koefisien bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif antara harga dengan keputusan pembelian, semakin naik harga semakin meningkat keputusan pembelian.
5) Koefisien regresi variabel suasana toko (X_5) sebesar -0,050; artinya jika variabel independen lain nilainya konstan dan suasana toko mengalami kenaikan 1 satuan, maka keputusan pembelian mengalami penurunan senilai 0,050. Koefisien bernilai negatif, artinya terjadi hubungan negatif antara suasana toko dengan keputusan pembelian.
6) Koefisien regresi variabel karyawan toko (X_6) sebesar 0,323; artinya jika variabel independen lain nilainya konstan dan karyawan toko mengalami kenaikan 1 satuan, maka keputusan pembelian mengalami kenaikan senilai 0,323. Koefisien bernilai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

positif, artinya terjadi hubungan positif antara karyawan toko dengan keputusan pembelian, semakin naik karyawan toko semakin meningkat keputusan pembelian.

7) Koefisien regresi variabel promosi (X_7) sebesar 0,520; artinya jika variabel independen lain nilainya konstan dan promosi mengalami kenaikan 1 satuan, maka keputusan pembelian mengalami kenaikan senilai 0,520. Koefisien bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif antara promosi dengan keputusan pembelian, semakin naik karyawan toko semakin meningkat keputusan pembelian.

b. Analisis Korelasi Ganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen (x) terhadap variabel dependen (y) secara serentak. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel independen (X_1, X_2, X_3.....X_n) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan terjadi semakin lemah.

Pedoman untuk memberikan intepretasi koefesien korelasi sebagai berikut:

00,0 – 0,199 = sangat rendah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

0,20 – 0,399 = rendah

0,40 – 0,599 = sedang

0,60 – 0,799 = kuat

0,80 – 1,000 = sangat kuat

Dan dari hasil Analisis regresi, makan akan menghasilkan Output *Model Summary* dan hasilnya sebagai berikut,

Tabel 4.34
Hasil Analisis Korelasi ganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,630[a]	,397	,351	1,535

a. Predictors: (Constant), Promosi, Pelayanan, Harga, Suasana Toko, Lokasi toko, Karyawan Toko, Produk

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Berasarkan tabel diatas diperoleh angka R sebesar 0,630. Angka tersebut menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.

c. Analisis Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Caranya adalah dengan melihat nilai adjusted R Square karena pada penelitian ini terdapat variabel independen yang lebih dari 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari output model summary di atas didapatkan nilai *adjusted R Square* sebesar 0,351. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 35,1%.Sedangkan sisanya sebesar 64,9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

d. Uji Koefesiensi Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji koefesiensi regresi secara bersama-sama (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Uji F juga disebut dengan uji ANOVA yaitu *Analysist of Variance*. dari uji ini digunakan untuk menguji Hipotesis yang menjelaskan ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama atau simultan dari Citra Swalayan yang meliputi lokasi, pelayanan, produk, harga, suasana toko, karyawan toko dan promosi terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen Bentar Swalayan. Dan hasil uji F apat dilihat dari tabel ANOVA sebagai berikut,

Tabel 4.35
Hasil Uji Koefesien Regresi secara bersama-sama (Uji F)

ANOVA[b]

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	142,927	7	20,418	8,665	,000[a]
Residual	216,783	92	2,356		
Total	359,710	99			

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ANOVA[b]

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	142,927	7	20,418	8,665	,000[a]
Residual	216,783	92	2,356		
Total	359,710	99			

a. Predictors: (Constant), Promosi, Pelayanan, Harga, Suasana Toko, Lokasi toko, Karyawan Toko, Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Tahap-tahap untuk melakukan uji F adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan Hipotesis

   H_a = ada pengaruh yang signifikan antara citra Swalayan yang meliputi lokasi toko, Pelayanan, produk, Harga, Suasana toko, Karyawan toko dan promosi secara simultan terhadap pengambilan keputusan pembelian pada Bentar Swalayan di Jl. Brigjen Katamso 401-403, kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo.

   H_0 = tidak ada pengaruh yang signifikan antara citra Swalayan yang meliputi lokasi toko, Pelayanan, produk, Harga, Suasana toko, Karyawan toko dan promosi secara simultan terhadap pengambilan keputusan pembelian pada Bentar Swalayan di Jl. Brigjen Katamso 401-403, kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo.

2. Menentukan tingkat signifikansi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tingkat signifikansi menggunakan a = 5% (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian)

3. Menentukan F hitung

   Berdasarkan tabel uji F, diperoleh F hitung sebesar 8,665

4. Menentukan F tabel

   Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, a = 5%, df 1 (jumlah variabel-1) = 7 dan df 2 (n-k-1) atau 100-7-1 = 92 (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen), hasil diperoleh untuk F Tabel sebesar 2,111 {pada cell kosong Ms. Excel mengetikkan =finv(0.05,7,92)}.

5. Kriteria pengujian

   - Ho diterima bila F hitung < F tabel
   - Ho ditolak bila F hitung ≥ F tabel

6. Membandingkan F hitung dengan F tabel

   Nilai F hitung > F tabel (8,665 > 2,111), maka Ho ditolak

7. Kesimpulan

   Karena Nilai F hitung > F tabel (8,665 > 2,111), maka Ho ditolak, artinya maka ada pengaruh secara Signifikan antara Citra Swalayan yang meliputi lokasi toko, Pelayanan, produk, Harga, Suasana toko, Karyawan toko dan promosi secara simultan terhadap pengambilan keputusan pembelian pada Bentar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Swalayan di Jl. Brigjen Katamso 401-403, kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo.

e. Uji Koefesiensi Regresi secara Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel (X_1, X_2,.....X_n) independen secara parsial berpengaruh sigifikan terhadap variabel dependen (Y). Uji t digunakan untuk menguji hipotesis yang menjelaskan ada atau tidaknya pengaruh secara parsial dari Citra Swalayan yang meliputi lokasi toko, Pelayanan, produk, Harga, Suasana toko, Karyawan toko dan promosi secara parsial terhadap pengambilan keputusan pembelian pada Bentar Swalayan di Jl. Brigjen Katamso 401-403, Waru Kab. Sidoarjo Hasil untuk uji t sebagai berikut, yaitu

Tabel 4.36
Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,299	2,136		-,140	,889
Lokasi took	-,053	,077	-,063	-,698	,487
Pelayanan	-,051	,183	-,025	-,279	,781
Produk	,459	,121	,369	3,805	,000
Harga	,018	,141	,012	,130	,897
Suasana Toko	-,050	,123	-,036	-,405	,686
Karyawan Toko	,323	,122	,244	2,647	,010
Promosi	,520	,141	,324	3,695	,000

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,299	2,136		-,140	,889
Lokasi took	-,053	,077	-,063	-,698	,487
Pelayanan	-,051	,183	-,025	-,279	,781
Produk	,459	,121	,369	3,805	,000
Harga	,018	,141	,012	,130	,897
Suasana Toko	-,050	,123	-,036	-,405	,686
Karyawan Toko	,323	,122	,244	2,647	,010
Promosi	,520	,141	,324	3,695	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

a. Pengujian koefisien regresi variabel Lokasi

1) Menentukan Hipotesis

Ho : Secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara Lokasi dengan pengambilan keputusan pembelian konsumen.

Ha : Secara parsial ada pengaruh signifikan antara lokasi dengan pengambilan keputusan pembelian konsumen.

2) Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan a = 5%

3) Menentukan t hitung

Berdasarkan tabel di atas diperoleh t hitung sebesar -0,698.

4) Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada a = 5% : 2 = 2,5% (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) n-k-1 atau 100-7-1 = 92. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1,986 dengan cara memasukkan formula =tinv(0.05,92) pada sel kosong di Ms. Excel.

5) Kriteria Pengujian

Ho ditolak jika –t hitung < -t tabel atau t hitung > t tabel

6) Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung < t tabel (-0.698 < 1,986) maka Ho diterima.

Kesimpulan:

Oleh karena nilai t hitung < t tabel (-0,698 < 1,986) maka Ho diterima, artinya secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara Lokasi dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Jadi, dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial Lokasi tidak berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen pada Bentar Swalayan di Jl. Brigjen Katamso 401-403, kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo .

b. Pengujian koefisien regresi variabel Pelayanan

1) Menentukan Hipotesis

Ho : Secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara Pelayanan dengan Pengambilan keputusan pembelian konsumen.

Ha : Secara parsial ada pengaruh signifikan antara Pelayanan dengan Pengambilan keputusan pembelian konsumen.

2) Menentukan tingkat signifikansi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tingkat signifikansi menggunakan a = 5%

3) Menentukan t hitung

Berdasarkan tabel di atas diperoleh t hitung sebesar -0,279

4) Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada a = 5% : 2 = 2,5% (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) n-k-1 atau 100-7-1 = 92. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 1,986 dengan cara memasukkan formula =tinv(0.05,92) pada sel kosong di Ms. Excel.

5) Kriteria pengujian

Ho ditolak jika –t hitung < -t tabel atau t hitung > t tabel

6) Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung <t tabel (-0,279 < 1,986) maka Ho diterima.

Kesimpulan:

Oleh karena nilai t hitung < t tabel (-0,279<1,986) maka Ho diterima, artinya secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara Pelayanan dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Jadi, dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen pada Bentar Swalayan di Jl. Brigjen Katamso 401-403, kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo .

c. Pengujian koefisien regresi variabel Produk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Menentukan Hipotesis

Ho : Secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara produk dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen.

Ha : Secara parsial ada pengaruh signifikan antara produk dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen.

2) Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan a = 5%

3) Menentukan t hitung

Berdasarkan tabel di atas diperoleh t hitung sebesar 3,805

4) Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada a = 5% : 2 = 2,5% (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) n-k-1 atau 100-7-1 = 92. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 1,986 dengan cara memasukkan formula =tinv(0.05,92) pada sel kosong di Ms. Excel.

5) Kriteria pengujian

Ho ditolak jika –t hitung < -t tabel atau t hitung > t tabel

6) Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung > t tabel (3,805 > 1,986) maka Ho ditolak.

Kesimpulan:

Oleh karena nilai t hitung > t tabel (3,805 > 1,986) maka Ho ditolak, artinya secara parsial ada pengaruh signifikan antara Produk dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Jadi, dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial Produk berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen pada Bentar Swalayan di Jl. Brigjen Katamso 401-403, kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo .

d. Pengujian koefisien regresi variabel Harga

1) Menentukan Hipotesis

Ho : Secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara Harga dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen.

Ha :Secara parsial ada pengaruh signifikan antara Harga dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen.

2) Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan a = 5%

3) Menentukan t hitung

Berdasarkan tabel di atas diperoleh t hitung sebesar 0,130.

4) Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada a = 5% : 2 = 2,5% (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) n-k-1 atau 100-7-1 = 92. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 1,986 dengan cara memasukkan formula =tinv(0.05,92) pada sel kosong di Ms. Excel.

5) Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung < t tabel (0,130 < 1,986) maka Ho diterima.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kesimpulan:

Oleh karena nilai t hitung < t tabel (0,130 < 1,986) maka Ho diterima. artinya secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara Harga dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Jadi, dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial Harga tidak berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen pada Bentar Swalayan di Jl. Brigjen Katamso 401-403, kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo.

e. Pengujian koefisien regresi variabel Suasana Toko

1) Menentukan Hipotesis

Ho : Secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara Suasana Toko dengan Pegambilan keputusan pembelian konsumen.

Ha : Secara parsial ada pengaruh signifikan antara Suasana Toko dengan Pegambilan keputusan pembelian konsumen.

2) Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan a = 5%

3) Menentukan t hitung

Berdasarkan tabel di atas diperoleh t hitung sebesar -0,405.

4) Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada a = 5% : 2 = 2,5% (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) n-k-1 atau 100-7-1 = 92. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1,986 dengan cara memasukkan formula =tinv(0.05,92) pada sel kosong di Ms. Excel.

5) Kriteria pengujian

Ho ditolak jika –t hitung < -t tabel atau t hitung > t tabel

6) Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung <t tabel (-0,405 < 1,986) maka Ho diterima.

Kesimpulan:

Oleh karena nilai t hitung < t tabel (-0,405 < 1,986) maka Ho diterima. artinya secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara Suasana Toko dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Jadi, dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial Suasana Toko tidak berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen pada Bentar Swalayan di Jl. Brigjen Katamso 401-403, kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo.

f. Pengujian koefisien regresi variabel Karyawan Toko

1) Menentukan Hipotesis

Ho : Secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara Karyawan Toko dengan Pengambilan keputusan pembelian konsumen.

Ha : Secara parsial ada pengaruh signifikan antara Karyawan Toko dengan Pengambilan keputusan pembelian konsumen.

2) Menentukan tingkat signifikansi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tingkat signifikansi menggunakan a = 5%

3) Menentukan t hitung

Berdasarkan tabel di atas diperoleh t hitung sebesar 2,647

4) Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada a = 5% : 2 = 2,5% (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) n-k-1 atau 100-7-1 = 92. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 1,986 dengan cara memasukkan formula =tinv(0.05,92) pada sel kosong di Ms. Excel.

5) Kriteria pengujian

Ho ditolak jika –t hitung < -t tabel atau t hitung > t tabel

6) Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung > t tabel (2,647 > 1,986) maka Ho ditolak.

Kesimpulan:

Oleh karena nilai t hitung > t tabel (2,647 > 1,986) maka Ho ditolak, artinya secara parsial ada pengaruh signifikan antara Karyawan Toko dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Jadi, dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial Karyawan Toko berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen pada Bentar Swalayan di Jl. Brigjen Katamso 401-403, kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

g. Pengujian koefisien regresi variabel Promosi

1) Menentukan Hipotesis

Ho : Secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara promosi dengan Pengambilan keputusan pembelian konsumen.

Ha : Secara parsial ada pengaruh signifikan antara Promosi dengan Pengambilan keputusan pembelian konsumen.

2) Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan a = 5%

3) Menentukan t hitung

Berdasarkan tabel di atas diperoleh t hitung sebesar 3,695

4) Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada a = 5% : 2 = 2,5% (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) n-k-1 atau 100-7-1 = 92. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 1,986 dengan cara memasukkan formula =tinv(0.05,92) pada sel kosong di Ms. Excel.

5) Kriteria pengujian

Ho ditolak jika –t hitung < -t tabel atau t hitung > t tabel

6) Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung > t tabel (3,695 > 1,986) maka Ho ditolak.

Kesimpulan:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Oleh karena nilai t hitung > t tabel (3,695 > 1,986) maka Ho ditolak. artinya secara parsial ada pengaruh signifikan antara Promosi dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Jadi, dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial Promosi berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen pada Bentar Swalayan di Jl. Brigjen Katamso 401-403, kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil analisa data tersebut, dapat diperoleh hasil yaitu variabel-variabel Citra Swalayan berpengaruh secara keseluruhan terhadap Pengambilan keputusan pembelian konsumen. Brarti, bahwa konsumen juga melihat Citra Swalayan secara keseluruhan juga menentukan pengambilan keputusan pembelian mereka di toko Bentar Swalayan.

Sedangkan presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen dari output model summary analisis regresi linear berganda di atas, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen yaitu Citra Swalayan terhadap variabel dependen yakni Pengambilan keputusan pembelian konsumen sebesar 35,1%.Sedangkan sisanya sebesar 64,9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Peneliti mengasumsikan bahwa faktor lain yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian konsumen adalah berasal dari strategi pemasaran lain

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang diterapkan oleh bentar Swalayan. Seperti contohnya, bentar Swalayan selain menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari, Bentar Swalayan juga ada Apotiknya. Jadi Bentar Swalayan menyatukan antara toko swalayan dengan Apotik sehingga itu menjadi strategi tersendiri bagi pihak Bentar Swalayan, apabila ada konsumen yang semula hanya mau beli obat bisa sekalian beli kebutuhan sehari-hari ataupun sebaliknya ketika beli barang bisa sekalian beli obat jika sakit sehingga bisa menghemat jarak dan waktu bagi konsumen. Selain itu Bentar Swalayan juga menyediakan Space ruang atau stand untuk berjualan bagi para penjual yang berada di depan toko, ada banyak penjual yang berjualan di depan Bentar Swalayan mulai Aksesoris, jam tangan, makanan, minuman, kue dll. Peneliti mengasumsikan bahwa dengan adanya banyak penjual juga mampu menarik minat konsumen untuk mengambil keputusan pembelian di Bentar Swalayan.

Faktor lain yang juga memiliki kemungkinan berpengaruh terhadap Pengambilan keputusan pembelian adalah faktor lingkungan. selain dari faktor strategi pemasaran toko, faktor lingkungan juga bisa mempengaruhi Pengambilan keputusan pembelian konsumen. Faktor lingkungan meliputi keluarga, keputusan membeli juga bisa dipengaruhi oleh anggota keluarga karena produk kebutuhan yang dibeli dipakai atau dikonsumsi oleh seluruh anggota keluarga. Tetangga dan teman juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, mereka memberikan banyak referensi satu atau lebih referensi yang digunakan oleh seorang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konsumen sebagai dasar perbandingan berbagai macam produk sebagai kepercayaan, perasaan dan perilaku dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini ada tujuh variabel independen, pada penelitian regresi secara parsial ada tiga variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen pada bentar swalayan. Yaitu Variabel Produk dengan nilai t 3,805, Variabel Karyawan toko dengan nilai t 2,647, dan Variabel Promosi dengan nilai t 3,695 ini menunjukkan bahwa ada tiga variabel yang sudah berhasil dicapai oleh Bentar Swalayan dalam menarik konsumen untuk membeli di Bentar Swalayan. Variabel produk berpengaruh secara sigifikan, peneliti mengasumsikan bahwa hal ini terjadi dikarenakan pihak toko Bentar selalu menjaga ketersediaan dan kelengkapan produk-produknya, pihak Bentar Swalayan juga menyediakan beragam merek barang dan juga menjaga karakteristik produk dengan baik tidak ada yang rusak, berkualitas, dan selalu menjaga agar tidak kedaluarsa. Sedangkan variabel Karyawan Toko berpengaruh secara signifikan, peneliti mengasumsikan bahwa para Karyawan toko mulai dari Kepala toko, kepala bagian, pramuniaga, sales dan kasir selain mengerjakan bagian kerjaan yang mereka tempati mereka juga saling membantu pekerjaan yang lain dikala kosong, melayani konsumen dengan senang hati, bahkan selain itu juga dengan kesibukan kepala toko yang padat, kepala toko pun masih mau melayani di toko ketika ada konsumen yang kebingungan mencari barang, masih mau

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melayani konsumen yang mau memilih parfum, dan juga masih mau berkeliling mengecek barang hal ini peneliti ketahui secara langsung ketika peneliti melaksanakan penelitian di Bentar Swalayan. Dan yang terakhir variabel Promosi berpengaruh secara signifikan, peneliti mengasumsikan hal ini terjadi dikarenakan variabel Promosi merupakan bagian penting dari strategi pemasaran toko, promosi merupakan sebuah bentuk komunikasi untuk memberikan informasi, menunjukkan bahwa toko kita ada, siap melayani dengan senang hati, dengan adanya promosi menunjukkan bahwa berjualan itu bukan sekedar memajang barang dagangan lantas diam, promosi adalah sinyal-sinyal, tanda dan semangat kehidupan toko. dan dari ketiga Variabel yang signifikan variabel Promosi lah yang Memiliki tingkat signifikan yang paling tinggi disini meninjukkan bahwa promosi merupakan faktor terpenting dalam strategi pemasaran. Tiga variabel yang sudah berhasil dicapai oleh Bentar Swalayan dalam menarik konsumen untuk membeli. Dan untuk kedepannya bagaimana pihak Bentar Swalayan bisa mempertahankan variabel tersebut bahkan jika bisa ditingkatkan.

Sedangkan untuk empat variabel yang tidak signifikan yakni lokasi toko, pelayanan, harga dan Suasana Toko. Variabel lokasi toko tidak berpengaruh secara signifikan peneliti mengasumsikan hal ini terjadi dikarenakan ada banyak toko lain yang sejenis berada di wilayah yang sama dengan Bentar Swalayan, Di daerah Waru sendiri yang menjadi lokasi dari Toko Bentar ada banyak toko sejenis yang menjadi pesaing dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bentar Swalayan yaitu meliputi Alfamart, Indomaret, Alfamidi, Reny Swalayan, toko Lestari dan masih banyak yang lain yang berada diwilayah yang sama meskipun tidak secara langsung berhadapan namun lokasinya cukup mempengaruhi konsumen untuk membeli di toko yang lain. Selanjutnya dari Variabel Pelayanan juga tidak berpengaruh signifikan peneliti mengasumsikan hal ini terjadi dikarenakan kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan oleh Bentar Swalayan seperti penyediaan fasilitas parkir yang belum tertata rapi dan juga tidak ada petugas parkir yang menata sehingga dari sisi kenyamanan dan keamanan fasilitas parkir yang kurang terpenuhi, selain itu juga dari sisi fasilitas pendukung seperti keranjang sudah terpenuhi sedangkan trolley belum tersedia, pelayanan pembayaran dengan kartu debit/kredit juga belum tersedia selain itu juga penanganan keluhan, pengembalian barang dan pelayanan perbaikan patut untuk lebih di tingkatkan lagi. Sedangkan dari Variabel Harga juga tidak berpengaruh signifikan peneliti mengasumsikan hal ini terjadi karena kemungkinan harga yang ditetapkan di Bentar Swalayan tidak jauh berbeda dengan toko yang lain dan kemungkinan kalau dari sisi harga peneliti melihat ada toko lain yang menerapka harga lebih rendah dibanding Bentar Swalayan meskipun tidak secara keseluruhan produk yang dikatakan murah, hal ini diketahui berdasarkan wawancara peneliti dengan konsumen ketika penelitian dilapangan. Dan yang terakhir adalah Variabel Suasana Toko tidak berpengaruh secara signifikan, peneliti mengasumsikan hal ini terjadi dikarenakan dari tata letak produk yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masih belum tertata rapi, luas ruangan toko yang belum terlalu luas untuk mencukupi cakupan jumlah barang yang cukup beragam, selain itu juga Bentar Swalayan berdiri pada bangunan berlantai dua namun saat ini lantai dua masih dalam proses pembangunan sehingga dari desain eksterior toko tampak terlihat dengan jelas bahwa toko masih belum terlihat dengan bagus. Dari Ke empat Variabel yang tidak signifikan diatas bisa menjadi catatan bagi Bentar Swalayan untuk meningkatkan kembali setrateginya terutama pada variabel Lokasi toko, Variabel Pelayanan, Variabel Harga dan Variabel Suasana Toko dalam menarik minat konsumen untuk memutuskan membeli di Bentar Swalayan.

Pada persamaan regresi juga menunjukkan sama dengan uji parsial bahwa ada empat variabel yang tidak signifikan memberikan pengaruh, namun dari keempat variabel tersebut ada yang bernilai positif dan negatif. Ada satu variabel yang tidak signifikan namun bernilai positif yaitu Variabel Harga. Jadi meskipun dalam uji parsial harga tidak berpengaruh signifikan namun dalam persamaan regresi variabel Harga memiliki hubungan positif dengan keputusan pembelian, sehingga dari hasil tersebut bisa jadi perhatian bagi pihak toko untuk semakin meningkatkan strategi pemasarannya terutaman di variabel Harga meskipun tidak secara dominan mempengaruhi namun turut andil dalam mempenagruhi secara positif, tinggal pihak bentar Swalayan meningkatkan strategi Harganya. Sedangkan tiga variabel sisanya tidak bernilai positif yakni variabel lokasi toko, variabel pelayanan dan Suasana Toko, ketiga variabel tersebut

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam uji parsial tidak signifikan dan di dalam persamaan regresi juga bernilai negatif ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut terjadi hubungan negatif dengan keputusan pembelian pada Bentar Swalayan, kecilnya angka lokasi, pelayanan dan suasanan toko diakibatkan oleh kurang maksimalnya Bentar Swalayan dalam mengembangkan ketiganya sehingga konsumen tidak bisa merasakan keunggulan lokasi, pelayanan dan suasana Bentar Swalayan Seperti yang telah diketahui secara umum bahwa, lokasi, pelayanan dan suasana toko juga merupakan sesuatu yang dilihat oleh konsumen ketika mencari perbedaan dari berbagai Toko lain yang sejenis. Dari hasil tersebut bisa menjadi catatan bagi pihak toko agar memperhatikan ketiga variabel tersebut karena dalam bisnis toko ritel juga harus memperhatikan setrategi pemasarannya dari berbagai aspek demi mempertahankan bisnis ritelnya dari persaingan yang sangat tinggi pada saat ini.

Dan dari persamaan regresi diatas, ada Tiga faktor dominan yang melandasi pengambilan keputusan pembelian konsumen pada Bentar Swalayan. Tiga faktor tersebut adalah Produk, Karyawan Toko dan Promosi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id