

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Responden

Pada bab ini akan dibahas tahap-tahap pengolahan data. Data pada penelitian ini menggunakan data primer dengan penyebaran kuesioner. Toko Minimarket Mulia ini berlokasi di daerah Pringapus di Kabupaten Ungaran, yang letaknya cukup strategis yaitu dekat dengan kawasan industri, dimana dapat dijangkau untuk karyawan pabrik yang bekerja di dikawasan Industri tersebut. Untuk itu, Responden yang diambil pada penelitian ini adalah pegawai pabrik di sekitar Toko Minimarket Mulia. Karena dominannya pelanggan Toko Minimarket Mulia adalah pegawai pabrik dan juga menjadi pangsa pasarnya, maka ditentukan karyawan pabrik sebagai responden. Responden yang diambil pada penelitian ini menggunakan 40 orang. Hal ini dilakukan untuk menghasilkan data yang memiliki sifat validitas dan reliabilitas. Dimana menurut Sugiyono (2014), Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Sehingga pada penelitian ini menggunakan responden 40 orang

#### 4.2 Analisis Deskripsi Tanggapan Responden Harga

**Tabel 4.3 Deskripsi tanggapan responden tentang Harga**

NO	HARGA	SS	S	N	TS	STS	TOTAL	RATA-RATA
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
1	Toko Minimarket Mulia menawarkan	15	15	6	4	0	161	4,0

NO	HARGA	SS	S	N	TS	STS	TOTAL	RATA-RATA
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
	harga yang terjangkau pada setiap produk yang dijual							
2.	Toko Minimarket sering memberikan promo atau diskon pada event tertentu	18	17	1	4	0	169	4,2
3	Toko Minimarket Mulia menawarkan harga yang lebih murah dibanding toko ritel lainnya.	19	15	2	4	0	169	4,2
4	Toko Minimarket Mulia memberikan harga sesuai dengan kualitas produk	15	17	4	4	0	163	4,1
<b>RATA-RATA TOTAL</b>								<b>4.1</b>

Sumber : data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa tanggapan responden tentang harga menunjukkan rata-rata keseluruhan indikator sebesar 4,1. Dimana nilai tertinggi

pada indikator harga terdapat 2 indikator yaitu Toko Minimarket Mulia memberikan promo atau diskon pada event tertentu dan Toko Minimarket Mulia menawarkan harga yang lebih murah dibanding toko ritelnya yang masing-masing memiliki nilai sebesar 4,2. Dan nilai terendah berada pada indikator Toko Minimarket Mulia yang menawarkan harga yang terjangkau pada setiap produk yang dijual. Sebesar 4,0. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa responden memilih Toko Minimarket Mulia karena menawarkan promo dan diskon yang menarik dan harganya lebih terjangkau jika dibandingkan dengan toko ritel lain.

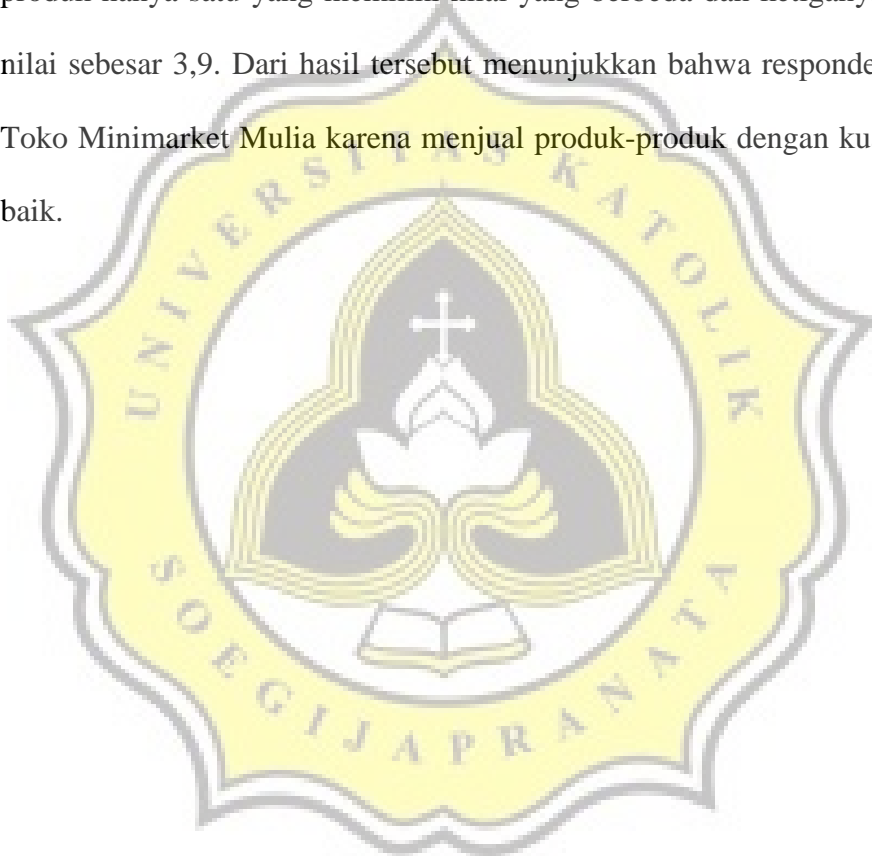


**Tabel 4.4 Deskripsi tanggapan responden tentang Produk**

NO	PRODUK	SS	S	N	TS	STS	TOTAL	RATA-RATA
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
1	Toko Minimarket Mulia menyediakan jenis produk yang lengkap.	12	14	11	3	0	155	3,9
2.	Toko Minimarket Mulia menyediakan produk baru yang bervariasi.	5	27	6	2	0	155	3,9
3	Toko Minimarket Mulia menjual produk-produk dengan kualitas yang baik.	12	16	10	2	0	158	4,0
4	Tersedianya berbagai macam merek dan produk yang ditawarkan oleh Toko Minimarket Mulia.	8	22	8	0	2	154	3,9
<b>RATA-RATA TOTAL</b>								<b>3,9</b>

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa tanggapan responden tentang produk menunjukkan rata-rata keseluruhan indikator sebesar 3,9. Dimana nilai tertinggi pada indikator produk yaitu Toko Minimarket Mulia menjual produk-produk dengan kualitas yang baik sebesar 4,0. Dan dari 4 indikator tentang produk hanya satu yang memiliki nilai yang berbeda dan ketiganya memiliki nilai sebesar 3,9. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa responden memilih Toko Minimarket Mulia karena menjual produk-produk dengan kualitas yang baik.



**Tabel 4.5 Deskripsi tanggapan responden tentang Lokasi Toko**

NO	LOKASI TOKO	SS	S	N	TS	STS	TOTAL	RATA-RATA
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
1	Toko Minimarket memiliki Lokasi yang strategis dan mudah di jangkau.	5	24	7	2	2	148	3,7
2.	Lokasi Toko Minimarket Mulia dapat ditemukan dengan mudah.	7	26	3	4	0	156	3,9
3	Toko Minimarket Mulia mempunyai bangunan yang luas.	14	20	2	4	0	164	4,1
4	Tempat parkir di Toko Minimarket Mulia sangat aman.	7	26	3	2	2	154	3,9
<b>RATA-RATA TOTAL</b>								<b>3,9</b>

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa tanggapan responden tentang Lokasi Toko menunjukkan rata-rata keseluruhan indikator sebesar 3,9. Dimana nilai tertinggi pada indikator Lokasi Toko yaitu Toko Minimarket Mulia mempunyai bangunan yang luas sebesar 4,1. Dan nilai terendah pada indikator

Toko Minimarket Mulia memiliki Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau.  
Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa responden memilih Toko Minimarket  
Mulia karena mempunyai bangunan yang luas.



**Tabel 4.6 Deskripsi tanggapan responden tentang Kualitas Pelayanan**

NO	KUALITAS PELAYANAN	SS	S	N	TS	STS	TOTAL	RATA-RATA
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
1	Toko Minimarket Mulia memberikan pelayanan yang ramah dan sopan.	5	28	6	1	0	157	3,9
2.	Pelayan Toko Minimarket Mulia tanggap membantu anda mencari produk yang anda inginkan.	8	22	8	2	0	156	3,9
3	Pegawai Toko memiliki mengetahui letak semua produk yang ada di Toko Minimarket Mulia	5	28	6	1	0	157	3,9
4	Pegawai Toko memiliki pengetahuan tentang produk yang ada di Toko Minimarket	8	22	8	2	0	156	3,9
<b>RATA-RATA TOTAL</b>								<b>3,9</b>

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa tanggapan responden tentang Kualitas Pelayanan menunjukkan rata-rata keseluruhan indikator sebesar 3,9. Dimana ke empat indikator pada kualitas pelayanan memiliki nilai yang sama yaitu sebesar 3,9. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada Toko



Minimarket Mulia nilai tertinggi pada indikator Lokasi Toko yaitu Toko Minimarket Mulia mempunyai bangunan yang luas sebesar 4,1. Dan nilai terendah pada indikator Toko Minimarket Mulia memiliki Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa responden memilih Toko Minimarket Mulia karena mempunyai bangunan yang luas.

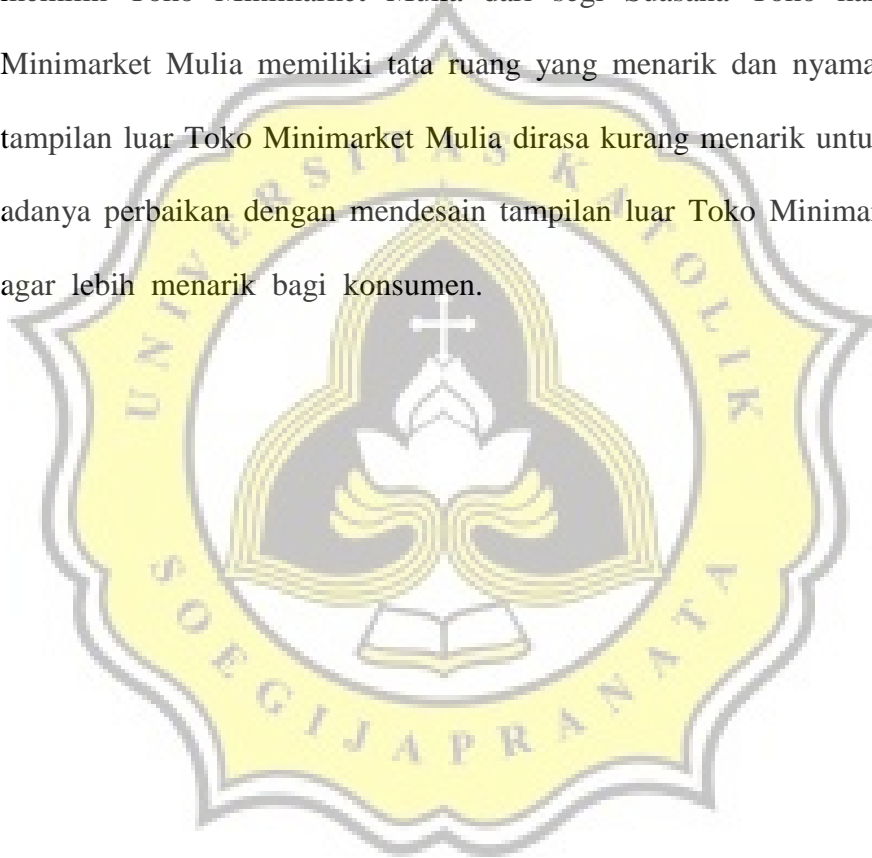


**Tabel 4.7 Deskripsi tanggapan responden tentang Suasana Toko**

NO	KUALITAS PELAYANAN	SS	S	N	TS	STS	TOTAL	RATA-RATA
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
1	Tampilan luar Toko Minimarket Mulia menarik.	4	29	2	3	2	150	3,8
2.	Toko Minimarket Mulia memiliki suhu, aroma, pencahayaan yang membuat konsumen nyaman dan bersih	8	22	8	0	2	154	3,9
3	Tata ruang pada Toko Minimarket Mulia menarik dan nyaman.	5	31	2	2	0	159	4,0
4	Toko Minimarket memiliki tanda yang menunjukkan lokasi barang berdasarkan kategori produk.	8	22	8	2	0	156	3,9
<b>RATA-RATA TOTAL</b>								<b>3,9</b>

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa tanggapan responden tentang Suasana Toko menunjukkan rata-rata keseluruhan indikator sebesar 3,9. Nilai tertinggi yang pada indikator Tata ruang pada Toko Minimarket Mulia yang menarik dan nyaman sebesar 4,0. Dan nilai terendah pada indikator Tampilan luar Toko Minimarket Mulia menarik. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memilih Toko Minimarket Mulia dari segi Suasana Toko karena Toko Minimarket Mulia memiliki tata ruang yang menarik dan nyaman. Namun tampilan luar Toko Minimarket Mulia dirasa kurang menarik untuk itu perlu adanya perbaikan dengan mendesain tampilan luar Toko Minimarket Mulia agar lebih menarik bagi konsumen.



**Tabel 4.8 Deskripsi tanggapan responden tentang Citra Toko**

NO	CITRA TOKO	SS	S	N	TS	STS	RATA- RATA
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)	
1	Harga	67	64	13	16	0	4,1
2.	Produk	37	79	35	7	2	3,9
3	Lokasi Toko	33	31	96	12	4	3,9
4	Kualitas Pelayanan	26	100	28	6	0	3,9
5	Suasana Toko	25	104	20	7	4	3,9
RATA-RATA TOTAL							3,94

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Dari tabel 4.8 menunjukkan bahwa dari kelima indikator Citra Toko memiliki nilai sebesar 3,94. Dimana yang ,memiliki nilai tertinggi berada pada indikator harga yaitu sebesar 4,1. Dan keempat indikator lainnya seperti produk, lokasi toko, kualitas pelayanan, dan suasana toko sebesar 3,9. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen setuju dengan adanya variable citra toko yang disediakan oleh Toko Minimarket Mulia.

**Tabel 4.9 Deskripsi tanggapan responden tentang keputusan pembelian**

NO	KEPUTUSAN PEMBELIAN	SS	S	N	TS	STS	TOTAL	RATA-RATA
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
	<b>KEPUTUSAN PEMBELIAN</b>							3,8
1	Saya memilih Toko Minimarket Mulia untuk membeli produk untuk kebutuhan sehari-hari.	11	21	6	2	0	161	4,0
2	Saya menjadikan Toko Minimarket Mulia sebagai pilihan utama dalam membeli kebutuhan sehari-hari.	15	17	4	4	0	163	4,1
3	Toko Minimarket Mulia menawarkan harga yang lebih murah dibanding toko ritel lainnya.	7	26	3	2	2	154	3,9
4	Saya mereferensikan Toko Minimarket Mulia untuk membeli kebutuhan sehari-hari kepada orang terdekat saya.	13	13	2	2	2	129	3,2
5	Saya melakukan pembelian di Toko Minimarket Mulia karena harga yang terjangkau	5	28	6	1	0	157	3,9

NO	KEPUTUSAN PEMBELIAN	SS	S	N	TS	STS	TOTAL	RATA-RATA
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
6	Saya melakukan pembelian di Toko Minimarket Mulia karena harganya sesuai dengan fasilitas yang diberikan.	5	27	6	2	0	155	3,9
7	Saya melakukan pembelian di Toko Minimarket Mulia karena lokasinya yang strategis dan mudah dilalui angkutan umum	12	16	10	2	0	158	4,0
8	Saya melakukan pembelian di Toko Minimarket Mulia karena pelayanannya yang baik	8	22	8	2	2	158	4,0
9	Saya melakukan pembelian di Toko Minimarket Mulia karena suasana toko yang nyaman dan bersih.	5	24	7	0	2	144	3,6
10	Saya melakukan pembelian Toko Minimarket Mulia karena sering memberikan diskon dan promo yang menarik.	7	26	3	4	0	156	3,9

Sumber : data primer yang diolah,2018

Dari tabel 4.9 Responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tentang keputusan pembelian pada Toko Minimarket Mulia, hal ini ditunjukkan dengan hasil rata-rata pada keputusan pembelian sebesar 3,8. Artinya bahwa responden setuju dengan keputusan pembelian yang disediakan oleh Toko Minimarket Mulia.



### 4.3 Analisis Pengaruh Citra Toko terhadap Keputusan Pembelian

Analisis regresi liner berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan variabel terikat, apabila dua atau lebih variabel bebas dinaik turunkan nilainya. Pada penelitian ini menggunakan variabel Harga, Produk, Lokasi toko, Kualitas Pelayanan, Suasana Toko sebagai variabel bebas untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya dan berpengaruh positif atau negatif dari Keputusan Pembelian sebagai variabel terikat pada Toko Minimarket Mulia. Kriteria pengujiannya yaitu dengan melihat sig. Sebagaimana berikut :

#### 4.3.1 Koefisien Regresi

**Tabel 4.10 Hasil Pengujian t Parsial**

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.136	.113		-1.201	.238
1 x1	.169	.045	.204	3.790	.001
x2	.303	.044	.316	6.815	.000
x3	.433	.047	.495	9.171	.000
x4	.232	.058	.197	4.016	.000
x5	-.112	.090	-.111	-1.240	.224



a. Dependent Variable: y

Sumber : data primer yang diolah, 2018

dari tabel 4.10 Dapat diperoleh hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = -0.136 + 0,169 X_1 + 0,303 X_2 + 0,433 X_3 + 0,232 X_4 - 0,112$$

Dari persamaan diatas menggambarkan bahwa besarnya keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga sebesar 0,169, produk sebesar 0,303, lokasi toko sebesar 0,433, kualitas pelayanan sebesar 0,323 dan suasana toko sebesar -0,112.

#### 4.3.2 Uji t Parsial

untuk melihat hasil pengaruh uji t parsial kita dapat melihat besarnya nilai sig. (p-value). Terdapat kriteria dalam melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel dependen yaitu, Jika nilai sig. (p-value)  $> \alpha = 0,05$  artinya tidak terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian. Sebaliknya, jika nilai sig. (p-value)  $< \alpha = 0,05$ , artinya terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian. Berikut adalah hasil penelitian pengaruh Harga (X1), Produk (X2), Lokasi Toko (X3), Kualitas Pelayanan (X4) dan Suasana Toko (X5) secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y)

Dari tabel 4.10 dapat menjelaskan sebagai berikut :

1. Uji t secara parsial pada variabel Harga (X1) menunjukkan nilai sig. (0,001  $< 0,05$ ) dengan nilai koefisien sebesar 0,169. Hal ini berarti bahwa secara parsial harga (X1) berpengaruh signifikan secara positif terhadap keputusan pembelian (Y). Penetapan harga adalah hal yang paling krusial, karena umumnya masyarakat memiliki sifat cenderung sensitif terhadap harga dan

akan memilih produk dengan harga yang miring atau lebih murah. Maka dari itu keputusan penetapan harga semakin penting karena pelanggan saat ini cenderung mencari nilai (*value*) ketika membeli barang atau jasa (Utami, 2006). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Toko Minimarket Mulia. Konsumen cenderung memilih Toko Minimarket Mulia karena memiliki harga yang murah. Hal ini ditunjukkan bahwa konsumen memiliki penilaian yang baik terhadap penetapan harga-harga produk yang di Toko Minimarket Mulia.

2. Uji t secara parsial pada variabel Produk (X2) menunjukkan nilai sig. ( $0,000 < 0,05$ ) dengan nilai koefisien sebesar 0,303. Hal ini berarti bahwa secara parsial Produk (X2) berpengaruh signifikan secara positif terhadap keputusan pembelian (Y). Konsumen kan senang berbelanja di toko yang menjual barang-barang yang lengkap dan bervariasi. Hal ini ditunjukkan bahwa Toko Minimarket Mulia dipilih oleh konsumen karena menyediakan produk-produk yang lengkap dan bervariasi. Tidak hanya produk-produk untuk kebutuhan sehari-hari saja, tetapi juga banyak variasi pada produk yang dijual.
3. Uji t secara parsial pada variabel Lokasi toko (X3) menunjukkan nilai sig. ( $0,000 < 0,05$ ) dengan nilai koefisien sebesar 0,433. Hal ini berarti bahwa secara parsial Lokasi Toko (X3) berpengaruh signifikan secara positif terhadap keputusan pembelian (Y). Lokasi toko Minimarket Mulia yang strategis menjadi salah satu faktor konsumen untuk berkunjung, Toko

Minimarket berlokasi dekat dengan pabrik-pabrik sehingga pegawai pabrik dengan mudah membeli kebutuhan sehari-hari. Dimana hasil koefisien dominan dari variabel yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen Toko Minimarket Mulia mampu memanfaatkan lokasi untuk menjadi daya tarik konsumen terutama konsumen yang menjadi pegawai pabrik yang dekat dengan lokasi toko.

4. Uji t secara parsial pada variabel Kualitas Pelayanan (X4) menunjukkan nilai sig. ( $0,000 < 0,05$ ) dengan nilai koefisien sebesar 0,232. Hal ini berarti bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan (X4) berpengaruh signifikan secara positif terhadap keputusan pembelian (Y). Konsumen tidak hanya menuntut produk yang memiliki kualitas yang baik namun juga pelayanan yang diterima harus berkualitas dan memiliki pelayanan yang baik. Dengan pelayanan dalam melayani konsumen baik, maka konsumen akan puas dalam keputusan pembelian. Adanya penilaian baik terhadap kualitas pelayanan pada Toko Minimarket Mulia. Hal ini menunjukkan bahwa Toko Minimarket Mulia memberikan pelayanan kepada konsumen dengan baik
5. Uji t secara parsial pada variabel Suasana Toko (X5) menunjukkan nilai sig. ( $0,224 < 0,05$ ) dengan nilai koefisien sebesar -0,112. Hal ini berarti bahwa secara parsial harga (X1) tidak berpengaruh signifikan secara negatif terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen di Toko Minimarket kurang begitu mempermasalahkan suasana toko untuk dijadikan faktor pendorong dalam keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan bahwa hasil pengujian tidak berpengaruh signifikan dan negatif.

### 4.3.3 Uji Signifikansi secara Simultan / Uji F

Pada pengujian F simultan, memiliki kriteria jika  $\text{sig.}(p\text{-value}) > \alpha = 0,05$  maka  $H_0$  diterima yang artinya Harga, Produk, Lokasi Toko, Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sebaliknya, jika  $\text{Sig.}(p\text{-value}) < \alpha = 0,05$  artinya Harga, Produk, Lokasi Toko, Kualitas Pelayanan dan Suasana Tokosecara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berikut adalah hasil dari pengujian uji F simultan :

**Tabel 4.11 Hasil Uji F simultan**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18.981	5	3.796	383.588	.000 <sup>b</sup>
	Residual	.336	34	.010		
	Total	19.318	39			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x5, x2, x1, x4, x3

Sumber : data primer yang diolah, 2018

Tabel 4.7 Menunjukkan bahwa hasil Uji hipotesis secara simultan memiliki nilai sig. sebesar ( $0,000 < 0,05$ ). Hai ini berarti bahwa secara bersama-sama variabel bebas yang terdiri dari Harga (X1), Produk (X2), Lokasi Toko (X3), Kualitas Pelayanan (X4) dan Suasana Toko (X5) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Minimarket Mulia.

#### 4.3.4 Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat adanya kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Berikut hasil pengujiannya :

**Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.991 <sup>a</sup>	.983	.980	.0995

a. Predictors: (Constant), x5, x2, x1, x4, x3

Sumber : data primer yang diolah, 2018

dari tabel 4.16 pada nilai Adjusted R square menunjukkan nilai sebesar 0,980 atau 98,0%. Hal ini berarti bahwa 98,0% Keputusan pembelian (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bebas Harga (X1), Produk (X2), Lokasi Toko (X3), Kualitas Pelayanan (X4) dan Suasana Toko (X5). Sedangkan sisanya (100%-98,0% = 2%) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model.