

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. HASIL PENELITIAN

4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah konsumen toko roti sumber wangi yang bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh Tempat/*Location* (X_1), Barang Dagangan /*Merchandise* (X_2), Harga/*Price* (X_3), Promosi/*Promotion* (X_4), Pelayanan/*Service*(X_5), Atmosfer Toko/ *Store Atmosphere* (X_6), *Retail Mix* (X_7), serta variabel dependen adalah terhadap Keputusan Beli Konsumen (Y).

Sampel penelitian ini merupakan bagian dari populasi yang dianggap mewakili populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling* dimana setiap item dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di toko bahan roti Sumber Wangi yang berjumlah 100 orang. Tujuan dimana sampel ini dipilih dengan menggunakan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian atau masalah penelitian yang dikembangkan. Dengan pengelompokan kriteria hasil penjumlahan kuesioner dari variabel peneliti yaitu Tempat/*Location* (X_1), Barang Dagangan /*Merchandise* (X_2), Harga/*Price*(X_3), Promosi/*Promotion* (X_4), Pelayanan/*Service*(X_5), Atmosfer Toko/ *Store Atmosphere* (X_6), *Retail Mix* (X_7), terhadap Keputusan Beli Konsumen (Y).

4.1.2. Gambaran Umum Responden

Sebagai hasil penelitian pendahuluan, berikut ini akan diberikan tinjauan mengenai karakteristik responden yang telah mengisi kuesioner. Sebelum membahas lebih jauh mengenai hasil penelitian ini, terlebih dahulu akan dibahas sedikit mengenai gambaran umum dari responden yang berisi pendidikan terakhir, jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Distribusi hasil penelitian ini disajikan berikut ini.

Tabel 4.1
Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMP	6	6,0	6,0	6,0
SMA	27	27,0	27,0	33,0
Sarjana	35	35,0	35,0	68,0
Pasca Sarjana	19	19,0	19,0	87,0
Lain-lain	13	13,0	13,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengelompokan responden yang datang ketoko bahan roti Sumber Wangi mengenai kriteria pendidikan, nampak terlihat pada tabel 4.1 bahwa kategori responden yang datang dengan tingkat pendidikan yang jumlahnya paling besar dengan jumlah 35 responden atau dengan prosentase 35% adalah responden yang telah menempuh pendidikan terakhir Sarjana dan responden dengan tingkat pendidikan yang jumlahnya paling rendah dengan jumlah 6 atau dengan prosentase 6% yaitu responden yang telah

menempuh pendidikan terakhir SMP, serta responden dengan pendidikan terakhir SMA sebanyak 27 responden atau dengan prosentase 27% dan responden dengan pendidikan terakhir Pasca Sarjana sebanyak 19 responden atau dengan prosentase 19% yang terakhir dengan tingkat pendidikan diluar SMP, SMA, Sarjana dan Pasca Sarjana sebanyak 13 responden atau dengan prosentase 13%

Tabel 4.2
Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	21	21,0	21,0	47,0
	Perempuan	79	79,0	79,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa konsumen yang datang ketoko bahan roti Sumber Wangi menunjukkan dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah sebanyak 21 orang atau sebesar 21%, sedangkan konsumen yang datang ketoko Bahan Roti Sumber Wangi dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 79 orang atau sebesar 79%.

Tabel 4.3
Usia Responden

Usia	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20 - 30 Tahun	19	19,0	19,0	19,0
31 - 40 Tahun	36	36,0	36,0	55,0
Lebih dari 41 Tahun	45	45,0	45,0	100,0
Total	100	100.0	100,0	

Sumber :Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengelompokan responden yang datang ketoko bahan roti Sumber Wangi mengenai kriteria tingkat umur, nampak terlihat pada tabel 4.3 bahwa kategori responden dengan tingkat umur yang jumlahnya paling besar dengan jumlah 45 responden atau dengan prosentase 45% adalah responden yang berumur lebih dari 41 (empat puluh satu) tahun. Sedangkan responden dengan tingkat umur yang jumlahnya paling rendah dengan dengan jumlah 19 responden atau dengan prosentase 19% yaitu responden yang berumur 20-30 (dua puluh tahun sampai dengan tiga puluh) tahun. Selain itu untuk umur 31-40 (tiga puluh satu sampai dengan empat puluh) tahun jumlah respondennya 36 responden atau dengan prosentase 36%.

Tabel 4.4
Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Karyawan	25	25,0	25,0	25,0
Ibu Rumah Tangga	20	20,0	20,0	45,0
Pegawai Negeri Sipil (PNS)	17	17,0	17,0	62,0
Wiraswasta	38	38,0	38,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber :Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengelompokan responden yang datang ketoko bahan roti mengenai kriteria pekerjaan, nampak terlihat pada tabel 4.4 bahwa kategori pekerjaan responden dengan tingkat paling tinggi dengan jumlah 38 responden atau dengan prosentase 38% adalah responden yang mempunyai pekerjaan dibidang wiraswasta. Sedangkan pekerjaan yang paling rendah dengan jumlah 17 responden atau dengan prosentase 17% adalah responden yang mempunyai pekerjaan sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) sedangkan responden yang sebagai ibu rumah tangga berjumlah 20 orang dengan prosentase 20 % dan responden yang sebagai karyawan berjumlah 25 responden atau dengan prosentase 25 %.

4.2. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang

sudah ada kemudian mengolah dan menyajikan dalam bentuk tabel, grafik, dan dibuat analisis agar dapat ditarik kesimpulan sebagai dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2009). Teknik analisis statistika yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan model regresi linier berganda.

4.2.1. Diskripsi Data

Berdasarkan hasil angket yang telah disampaikan kepada responden maka diperoleh hasil tanggapan responden sebagai berikut:

1. Variabel Lokasi

Berdasarkan tabel 4.5 dihalaman 68 menunjukkan bahwa menunjukkan kriteria skor respon responden dengan indikator lokasi toko bahan roti Sumber Wangi mudah dijangkau dengan transportasi umum diperoleh kriteria skor nilai sebesar 4,21, indikator lokasi toko bahan roti Sumber Wangi strategis di tengah kota Semarang diperoleh kriteria skor nilai sebesar 4,38, indikator tersedia sarana lahan parkir yang memadai di toko bahan roti Sumber Wangi diperoleh kriteria skor nilai sebesar 4,21, dari semua nilai kriteria skor tersebut diperoleh nilai kriteria skor tinggi dengan hasil hitung rata-rata respon responden variabel lokasi sebesar 4,26.

Tabel 4.5
Tanggapan terhadap Pernyataan pada Variabel Lokasi

No	Indikator	JAWABAN											
		STS		TS		N		S		SS		Total	
		J	S	J	S	J	S	J	S	J	S	Pemba gi	Krite ria
1	Lokasi toko bahan roti Sumber Wangi mudah dijangkau dengan transportasi umum	4	4	0	0	2	6	59	236	35	175	100	4,21
2	Lokasi toko bahan roti Sumber Wangi di tengah kota Semarang	3	3	1	2	1	3	45	180	50	250	100	4,38
3	Tersedia sarana lahan parkir yang memadai di toko bahan roti Sumber Wangi	3	3	1	2	0	0	64	256	32	160	100	4,21
Rata-Rata													4,26

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

2. Variabel Barang dagangan

Berdasarkan tabel 4.7 dihalaman 70 menunjukkan bahwa kriteria skor respon responden dengan indikator kualitas barang dagangan di toko bahan roti Sumber Wangi lebih baik dibandingkan toko bahan roti di Semarang diperoleh kriteria skor nilai sebesar 4,05, indikator kebersihan barang dagangan di toko bahan roti Sumber Wangi sudah baik dilakukan diperoleh kriteria skor nilai sebesar 4,05, indikator ketersediaan barang dagangan di toko bahan roti Sumber Wangi memadai dan diperoleh kriteria skor nilai sebesar 4,21, indikator keragaman barang dagangan di toko diperoleh skor nilai sebesar 4,32.

Dari semua nilai kriteria skor tersebut diperoleh nilai kriteria skor tinggi dengan hasil hitung rata-rata respon responden variabel barang dagangan sebesar 4,17.

Tabel 4.6
Tanggapan terhadap Pernyataan pada Barang Dagangan

No	Indikator	JAWABAN											
		STS		TS		N		S		SS		Total	
		J	S	J	S	J	S	J	S	J	S	Pemba gi	Krite ria
1	Kualitas barang dagangan di toko bahan roti Sumber Wangi lebih baik dibandingkan toko bahan roti di Semarang	4	4	0	0	5	15	69	276	22	110	100	4,05
2	Kebersihan barang dagangan di toko bahan roti Sumber Wangi sudah baik dilakukan	4	4	0	0	4	12	71	284	21	105	100	4,05
3	Ketersediaan barang dagangan di toko bahan roti Sumber Wangi memadai	1	1	3	6	0	0	58	232	38	190	100	4,21
4	Keragaman barang dagangan di toko	1	1	3	6	0	0	50	200	45	225	100	4,32
Rata-Rata													4,17

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

3. Variabel Barang Dagangan

Berdasarkan tabel 4.7 dihalaman 71 menunjukkan bahwa kriteria skor respon responden dengan indikator harga produk bahan roti di toko Sumber Wangi sudah sesuai dengan kualitasnya diperoleh skor nilai sebesar 4,02, indikator harga produk bahan roti di toko Sumber Wangi terjangkau

diperoleh kriteria skor nilai sebesar 4,12, indikator harga bahan roti di toko Sumber Wangi lebih murah dibandingkan dengan toko bahan roti di Semarang dan diperoleh skor nilai sebesar 4,58, indikator pemberian potongan harga/discount untuk menarik minat membeli di toko sumber wangi diperoleh skor nilai sebesar 4,37. Dari semua nilai kriteria skor tersebut diperoleh nilai kriteria skor tinggi dengan hasil hitung rata-rata respon responden variabel harga sebesar 4,27.

Tabel 4.7
Tanggapan terhadap Pernyataan pada Variabel Harga

No	Indikator	JAWABAN											
		STS		TS		N		S		SS		Total	
		J	S	J	S	J	S	J	S	J	S	Pemba gi	Krite ria
1	Harga produk bahan roti di toko Sumber Wangi sudah sesuai dengan kualitasnya	0	0	5	10	9	27	65	260	21	105	100	4,02
2	Harga produk bahan roti di toko Sumber Wangi terjangkau	1	1	3	6	0	0	75	300	21	105	100	4,12
3	Harga bahan roti di toko Sumber Wangi lebih murah dibandingkan dengan toko bahan roti di Semarang	4	4	0	0	0	0	66	264	38	190	100	4,58
4	Pemberian potongan harga/discount untuk menarik minat membeli di toko sumber wangi	1	1	3	6	0	0	50	200	46	230	100	4,37
Rata-Rata													4,27

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

4. Variabel Promosi

Berdasarkan tabel 4.8 dibawah ini menunjukkan bahwa kriteria skor respon responden dengan indikator media promosi toko bahan roti Sumber Wangi melalui brosur menarik minat beli konsumen diperoleh skor nilai sebesar 4,05, indikator tersedia tester kue yang diproduksi di toko bahan roti Sumber Wangi diperoleh kriteria skor nilai sebesar 4,11, indikator tersedianya kupon berhadiah untuk menarik minat beli konsumen diperoleh skor nilai sebesar 4,71. Dari semua nilai kriteria skor tersebut diperoleh nilai kriteria skor tinggi dengan hasil hitung rata-rata respon responden variabel promosi sebesar 4,26.

Tabel 4.8
Tanggapan terhadap Pernyataan pada Variabel Promosi

No	Indikator	JAWABAN										Total	
		STS		TS		N		S		SS		Pemba gi	Krite ria
		J	S	J	S	J	S	J	S	J	S		
1	Media promosi toko bahan roti Sumber Wangi melalui brosur menarik minat beli konsumen	3	3	1	2	2	6	76	304	18	90	100	4,05
2	Tersedia tester kue yang diproduksi di toko bahan roti Sumber Wangi	2	2	2	4	4	12	67	268	25	125	100	4,11
3	Tersedianya kupon berhadiah untuk menarik minat beli konsumen	2	2	2	4	2	6	63	252	31	155	100	4,71
Rata-Rata													4,26

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

5. Variabel bauran Pelayanan

Berdasarkan tabel 4.9 dibawah ini menunjukkan bahwa kriteria skor respon responden dengan indikator jam buka toko Sumber Wangi buka lebih awal dari toko sejenis (08.00) dan diperoleh skor nilai sebesar 4,16, indikator Karyawan di toko Sumber Wangi cepat tanggap terhadap keluhan konsumen maka diperoleh kriteria skor nilai sebesar 4,06, indikator sikap karyawan di toko bahan roti Sumber Wangi ramah dalam melayani konsumennya maka diperoleh skor nilai sebesar 4,71. Dari semua nilai kriteria skor tersebut diperoleh nilai kriteria skor tinggi dengan hasil hitung rata-rata respon responden variabel bauran pelayanan sebesar 4,31.

Tabel 4.9
Tanggapan terhadap Pernyataan pada Variabel Bauran Pelayanan

No	Indikator	JAWABAN										Total	
		STS		TS		N		S		SS		Pemba gi	Krite ria
		J	S	J	S	J	S	J	S	J	S		
1	Jam buka toko Sumber Wangi buka lebih awal dari toko sejenis (08.00)	4	4	0	0	0	0	68	272	28	140	100	4,16
2	Karyawan di toko Sumber Wangi cepat tanggap terhadap keluhan konsumen	3	3	1	2	0	0	79	316	17	85	100	4,06
3	Sikap karyawan di toko bahan roti Sumber Wangi ramah dalam melayani konsumennya	3	3	1	2	0	0	54	216	45	225	100	4,71
Rata-Rata													4,31

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

6. Variabel Suasana Toko

Berdasarkan tabel 4.10 dibawah ini menunjukkan bahwa kriteria skor respon responden dengan papan nama toko terlihat sehingga memudahkan pembeli dalam pencarian toko bahan roti Sumber Wangi dan diperoleh skor nilai sebesar 4,20, indikator tata letak atau lay out barang dagangan di toko bahan roti memudahkan konsumen dalam pencarian barang maka diperoleh kriteria skor nilai sebesar 4,08. Dari semua nilai kriteria skor tersebut diperoleh nilai kriteria skor tinggi dengan hasil hitung rata-rata respon responden variabel suasana toko sebesar 4,14.

Tabel 4.10
Tanggapan terhadap Pernyataan pada Variabel Suasana Toko

No	Indikator	JAWABAN										Total	
		STS		TS		N		S		SS		Pemba gi	Krite ria
		J	S	J	S	J	S	J	S	J	S		
1	Papan nama toko terlihat sehingga memudahkan pembeli dalam pencarian toko bahan roti Sumber Wangi	4	4	0	0	3	9	43	172	47	235	100	4,20
2	Tata letak atau lay out barang dagangan di toko bahan roti memudahkan konsumen dalam pencarian barang	4	4	0	0	0	0	76	304	20	100	100	4,08
Rata-Rata													4,14

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

7. Variabel Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4.10 dibawah ini menunjukkan bahwa kriteria skor respon responden dengan bahan roti di toko Sumber Wangi sudah sesuai dengan kebutuhan konsumen dan diperoleh skor nilai sebesar 3,65, indikator keinginan untuk membeli bahan roti di toko bahan roti Sumber Wangi karena harganya yang terjangkau dan diperoleh kriteria skor nilai sebesar 4,06, indikator kelengkapan bahan roti yang tersedia di toko bahan roti Sumber Wangi membuat konsumen untuk kembali membeli ditoko bahan roti Sumber Wangi maka diperoleh skor nilai sebesar 4,14. Dari semua nilai kriteria skor tersebut diperoleh nilai kriteria skor tinggi dengan hasil hitung rata-rata respon responden variabel keputusan pembelian sebesar 3,95.

Tabel 4.11
Tanggapan terhadap Pernyataan pada Variabel Keputusan Pembelian

No	Indikator	JAWABAN										Total	
		STS		TS		N		S		SS		Pemba gi	Krite ria
		J	S	J	S	J	S	J	S	J	S		
1	Bahan roti di toko Sumber Wangi sudah dengan kebutuhan konsumen	1	1	3	6	0	0	61	183	35	175	100	3,65
2	Keinginan untuk membeli bahan roti di toko bahan roti Sumber Wangi karena harganya yang terjangkau	2	2	2	4	0	0	73	316	23	115	100	4,06
3	Kelengkapan bahan roti yang tersedia di toko bahan roti Sumber Wangi membuat konsumen untuk kembali membeli ditoko bahan roti Sumber Wangi	3	3	1	2	0	0	71	284	25	125	100	4,14
Rata-Rata													3,95

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

4.2.2. Statistik Deskriptif

Tabel 4.12
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Lokasi	100	3	15.	12,80	2,136
BarangDagangan	100	4	20	16,76	2,586
Harga	100	6	20	16,67	2,478
Promosi	100	3	15	12,35	1,924
BauranPelayanan	100	3	15	12,53	2,007
SuasanaToko	100	2	10	8,37	1,528
KeputusanPembelian	100	4	15	12,53	1,822
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Pada tabel 4.5 menunjukkan *Informativeness* diperoleh rata-rata sebesar 8,37. Nilai terendah adalah sebesar 2 dan nilai terbesar adalah sebesar 10. Variabel Barang Dagangan menunjukkan rata-rata sebanyak 16,76 dengan nilai terendah sebesar 4 dan nilai tertinggi sebesar 20. Variabel Harga menunjukkan rata-rata sebanyak 16,67 dengan nilai terendah sebesar 6 dan nilai tertinggi sebesar 20. Variabel Promosi menunjukkan rata-rata sebanyak 12,35 dengan nilai terendah sebesar 3 dan nilai tertinggi sebesar 15. Variabel Bauran Pelayanan menunjukkan rata-rata sebanyak 12,53 dengan nilai terendah sebesar 3 dan nilai tertinggi sebesar 15. Variabel Keputusan Pembelian menunjukkan rata-rata sebanyak 12,53 dengan nilai terendah sebesar 4 dan nilai tertinggi sebesar 15.

4.2.3. Analisis Regresi Linear Berganda

Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS for Windows versi 17.0. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS selengkapnya ada pada lampiran dan selanjutnya diringkas dalam tabel 4.8

Tabel 4.13
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,685	,607	-	2,777	,007
	Lokasi	-,247	,091	-,368	-2,731	,008
	BarangDagangan	,029	,082	,041	,350	,727
	Harga	,822	,349	,200	2,354	,022
	Promosi	,107	,089	,113	1,211	,229
	BauranPelayanan	,258	,091	,285	2,841	,006
	SuasanaToko	,263	,108	,221	2,431	,017

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

1. Pengujian Hipotesis 1

Hasil pengujian pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Beli diperoleh hasil yang signifikan. Karena letak lokasi yang strategis membuat keputusan beli berpengaruh signifikan terhadap lokasi.

2. Pengujian Hipotesis 2

Hasil pengujian pengaruh Barang Dagangan terhadap Keputusan Beli diperoleh hasil yang tidak signifikan. Hal ini berarti bahwa pengaruh Barang dagangan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan beli.

3. Pengujian Hipotesis 3

Hasil pengujian pengaruh Harga diperoleh hasil yang signifikan. Karena pengaruh harga yang murah berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Pengujian Hipotesis 4

Hasil pengujian pengaruh Promosi di peroleh hasil yang tidak signifikan. Hal ini berarti bahwa pengaruh Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan beli.

5. Pengujian Hipotesis 5

Hasil pengujian pengaruh Bauran Pelayanan terhadap keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap keputusan beli. Karena pengaruh bauran pelayanan yang ramah membuat keputusan beli berpengaruh signifikan terhadap keputusan beli.

6. Pengujian Hipotesis 6

Hasil pengujian pengaruh Suasana Toko terhadap Keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap keputusan beli. Karena pengaruh suasana toko yang memperlihatkan nama toko dengan menggunakan spanduk atau papan nama yang memudahkan konsumen

dalam pencarian alamat maka akan membuat keputusan beli berpengaruh signifikan terhadap suasana toko

4.2.4. Koefisien Determinasi R²

Koefisien determinasi (adjust R²) untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat.

Tabel 4.14
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,895 ^a	,802	,789	,83725

a. Predictors: (Constant), SuasanaToko, BarangDagangan, Promosi, BauranPelayanan, Harga, Lokasi

b. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Sumber : data primer yang diolah. 2018

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R2*) yang diperoleh sebesar 0.802. Hal ini berarti 80.20 % keputusan pembelian dapat dijelaskan dari 6 variabel yaitu lokasi, barang dagangan, harga, promosi, bauran pelayanan, suasana toko. Sedangkan 19.80% dipengaruhi oleh variabel lain.

4.3. Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Beli

Dari hasil data yang telah diolah diperoleh bahwa hasil pengaruh lokasi terhadap keputusan beli didapat hasil yang tidak signifikan dan tidak valid. Kondisi demikian menunjukkan bahwa pengaruh lokasi yang kurang strategis sangat berpengaruh terhadap keputusan beli.

Jadi letak lokasi yang semakin jauh dan sulit dijangkau sangatlah berpengaruh terhadap keputusan beli.

4.3.2 Pengaruh Barang Dagangan terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil data yang telah diolah diperoleh hasil pengaruh barang dagangan terhadap keputusan pembelian didapatkan hasil yang signifikan dan telah valid. Kondisi demikian menunjukkan arah positif. Kondisi demikian menunjukkan bahwa pengaruh barang dagangan yang lengkap berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Jadi semakin lengkap ketersediaan barang yang ada di toko membuat semakin meningkatnya keputusan beli.

4.3.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil data yang telah diolah diperoleh hasil pengaruh harga terhadap keputusan pembelian didapatkan hasil yang signifikan dan telah valid. Kondisi demikian menunjukkan arah positif. Kondisi demikian

menunjukkan bahwa pengaruh harga yang murah berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Jadi semakin murah harga di toko membuat semakin meningkatnya keputusan beli.

4.3.4 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Beli

Dari hasil data yang telah diolah diperoleh hasil pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian didapatkan hasil yang signifikan dan telah valid. Kondisi demikian menunjukkan arah positif. Kondisi demikian menunjukkan bahwa pengaruh promosi yang menarik berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Jadi semakin menarik promosi yang dibuat maka membuat semakin meningkatnya keputusan beli.

4.3.5 Pengaruh Bauran Pelayanan

Dari hasil data yang telah diolah diperoleh hasil pengaruh bauran pelayanan terhadap keputusan pembelian didapatkan hasil yang signifikan dan telah valid. Kondisi demikian menunjukkan arah positif. Kondisi demikian menunjukkan bahwa pengaruh bauran pelayanan yang ramah berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Jadi pelayanan toko yang ramah membuat semakin meningkatnya keputusan beli.

4.3.6 Pengaruh Suasana Toko

Dari hasil data yang telah diolah diperoleh hasil pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian didapatkan hasil yang signifikan dan telah valid. Kondisi demikian menunjukkan arah positif. Kondisi demikian menunjukkan bahwa pengaruh suasana toko yang memperlihatkan nama toko dengan menggunakan spanduk atau papan nama yang memudahkan konsumen dalam pencarian alamat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Jadi semakin jelasnya letak papan nama atau spanduk yang dipasang yang memudahkan konsumen dalam pencarian alamat toko maka akan membuat semakin meningkatnya keputusan beli.

