BAB IV
HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Obyek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Swalayan Mulya Santosa

Swalayan Mulya Satosa adalah salah satu swalayan atau toko retail yang terdapat di kecamatan Gondang. Swalayan Mulya Satosa merupakan usaha yang bergerak dalam bidang barang, khususnya penyediaan barang kebutuhan yang dijual secara retail atau eceran. Swalayan ini bisa dikatakan sebagai usaha keluarga, karena pemilik, bagian administrasi dan sebagian karyawannya masih ada hubungan saudara.

Pemilik Swalayan Mulya Santosa sampai saat ini adalah ibu Umi Fadilah asli dari Tulungagung dan bagian administrasinya bapak Trisnawan serta anaknya krisna dwi amelia. Swalayan Mulya Satosa ini berdiri pada tahun 2005. Pada awalnya swalayan ini merupakan usaha keluarga yang dirintis oleh ibu Umi sekeluarga dengan menggunakan modal sendiri. Sampai saat ini Swalayan Mulya Santosa mempunyai 2 karyawan beserta satu kasir. Jam buka yang ditentukan adalah pukul 08.00-21.00 WIB. Swalayan ini sangat dikenal masyarakat luas karena merupakan salah satu swalayan yang menyediakan barang kebutuhan yang cukup lengkap dan bervariasi, sehingga konsumen merasa senang dan terpenuhi sebagian kebutuhannya di swalayan ini.

Produk yang dijual di Swalayan Mulya Sentosa sangat lengkap dan bervariasi mulai dari kebutuhan rumah tangga, sembako, pakaian, Alat tulis Sekolah, perlengkapan bayi hingga obat-obatan. Selain itu,

Swalayan Mulya Sentosa juga menyediakan berbagai macam produk pelengkapan dari produk utama yang di jual. Swalayan ini juga melayani jasa yang berkaitan dengan penagihan dalam kebutuhan rumah tangga seperti jasa tagihan pulsa, token listrik PLN, pembayaran asuransi,dll yang membuat semakin meningkat hasil pemasarannya.

Swalayan Mulya Sentosa ini juga selalu berusaha untuk memenuhi stock produk, agar dapat segera mengisi ulang produk yang habis tanpa sampai zero stock. Pegawai Swalayan Mulya Sentosa bersikap sopan dan ramah dalam melayani pelanggan.

2. Lokasi Swalayan Mulya Santosa

Swalayan Mulya Santosa beralamatkan di Desa Sidomulyo kecamatan Gondang kabupaten Tulungagung. Lokasi yang sangat strategis untuk sebuah swalayan karena terletak di dekat dengan jalan raya dekat dengan pusat keramaian seperti pasar tradisional, sekolah dasar dan taman kanak-kanak yang sangat strategis bagi swalayan yang memiliki sasaran konsumen merata yakni mulai dari anak-anak hingga sampai orang dewasa.

3. **Visi dan Misi Perusahaan**

Swalayan Mulya Santosa didirikan dengan maksud dan tujuan untuk membentuk perusahaan jasa barang retail yang unggul dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat.

Misi Swalayan Mulya Santosa yaitu menyelenggarakan pelayanan penyediaan barang bagi masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan sehari-

hari dengan tetap memerhatikan kualitas dan kuantitas barang, serta pemberian pelayanan dengan penuh tanggung jawab dan dengan harga yang wajar sehingga perusahaan mampu berkembang maju serta mampu mensejahterakan seluruh pihak yang terkait baik pelanggan, karyawan, pemilik perusahaan, mitra kerja dan masyarakat dilingkungan perusahaan.

4. Data Karyawan Swalayan Mulya Santosa

Jumlah karyawan di Swalayan Mulya Santosa sebanyak 5 orang. Adapun data karyawan sebagai berikut:

Tabel 4.1

Data Karyawan

No.	Nama	L/P	Bagian Kerja
1	Umi Fadhilah	P	Kasir
2	Trisnawan	L	Karyawan
3	Rahma Krisna Dewi	P	Karyawan
4	Etikawati	P	Karyawan

Sumber : Data Primer, 2018

B. Deskripsi Responden

Populasi responden dalam penelitian ini merupakan seluruh pelanggan yang pernah berbelanja di Swalayan Mulya Santosa yang jumlahnya tidak dapat ditentukan. Adapun jumlah pelanggan yang diambil secara acak dan dijadikan sebagai sampel penelitian yakni sebanyak 100 responden. Adapun data responden dikelompokkan berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Pendapatan per hari, Pekerjaan dan banyaknya mereka melakukan trasaksi pembelian di Swalayan Mulya Santosa. Berikut data responden yang telah didapatkan, yaitu:

1. Jenis Kelamin

Untuk mengetahui perbandingan antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan, dapat dilihat pada tabel 4.2 dibawah ini :

Tabel 4.2
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1	Laki-Laki	27	27%
2	Perempuan	73	73%
Jumlah		100	100%

Sumber : Kuesioner Identitas Responden No. 2

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden sebanyak 100 orang terdiri dari laki-laki sebesar 27 % dan 73 % perempuan. Hal tersebut dikarenakan bahwa kaum perempuan lebih tertarik dan lebih sering melakukan pembelian di swalayan secara langsung karena mereka lebih memahami mengenai masalah hal kebutuhan-kebutuuhan untuk keluarganya dibandingkan kaum laki-laki.

2. Usia Responden

Usia sangat berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari sehingga perbedaan usia berpengaruh juga terhadap tingkat keputusan pelanggan dalam melakukan transaksi. Berikut ini pada tabel 4.3 akan ditampilkan kelompok usia responden.

Tabel 4.3
Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1	< 20 tahun	20	20%
2	20-30 tahun	17	17%
4	> 30 tahun	63	63%
Jumlah		100	100%

Sumber : Kuesioner Identitas Responden No. 3

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa umur responden sangat variatif. Responden dengan usia < 20 tahun menempati presentase tertinggi kedua yaitu sebesar 20%, diikuti responden yang berumur 20-30 dengan presentase terendah yaitu sebesar 17%, responden dan presentase tertinggi oleh responden yang berumur > 30 tahun dengan presentase 63%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sebagian besar usia dewasa, dimana responden yang berusia dewasa sudah mulai memiliki kebutuhan hidupnya serta pada usia tersebutlah mereka akan sering terjun langsung berbelanja tidak hanya untuk dirinya sendiri namun juga memenuhi keperluan seluruh anggota keluarganya.

3. Pendapatan per Hari

Penggolongan responden menurut tingkat pendapatan yang diperoleh per hari dikelompokkan dalam tabel 4.4 berikut ini :

Tabel 4.4
Distribusi Responden Berdasarkan pendapatan per Hari

No.	Pendapatan Per Hari	Frekuensi	Presentase (%)
1	< Rp 50.000,00	59	59%
2	Rp 50.000,00	23	23%
3	> Rp 50.000,00	18	18%
Jumlah		100	100%

Sumber : Kuesioner Identitas Responden No. 4

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa presentase responden dengan tingkat perolehan pendapatan per hari paling besar adalah responden dengan pendapatan < Rp 50.000,00 yaitu sebesar 59%, diikuti responden dengan pendapatan Rp 50.000,00 dengan presentase 23%, dan presentase terkecil adalah responden yang berpendapatan > Rp 50.000,00 yaitu sebesar 18%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen pada swalayan

ini terdiri atas masyarakat dengan berbagai tingkatan pedapatan, yang dalam hal ini masyarakat dengan pendapatan dibawah Rp 50.000,00 lah yang paling dominan.

4. Pekerjaan Responden

Masing-masing responden memiliki jenis pekerjaan yang berbeda. Untuk memudahkan pembedaan jenis pekerjaan responden maka dapat dilihat dalam tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Presentase (%)
1	PNS	10	10%
2	Buruh	23	23%
3	Wiraswasta	11	11 %
4	Petani	36	36%
5	Lainnya	20	20%
Jumlah		100	100%

Sumber : Kuesioner Identitas Responden No. 5

: diketahui bahwa sebagian besar dari responden adalah bekerja sebagai petani yaitu sebesar 36% dan diikuti buruh sebesar 23%, Lain-lain sebesar 20%, dan PNS sebesar 10%.

5. Banyaknya Melakukan Transaksi Pembelian

Masing-masing responden yang diteliti ialah responden yang telah melakukan transaksi di swalayan ini beberapa kali. Untuk memudahkan pengelompokan maka dapat dilihat dalam tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.6
Distribusi Responden Berdasarkan Banyaknya Melakukan Transaksi Pembelian

No.	Benyaknya transaksi	Frekuensi	Presentase (%)
1	1 kali	8	8%
2	1 -10 kali	36	36%
3	>. 10 kali	56	56%
Jumlah		100	100%

Sumber : Kuesioner Identitas Responden No. 5

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar dari responden adalah yang pernah mlakukan pembelian sebanyak lebih dari 10 kali yaitu sebesar 56% dan diikuti diantara 1-10 kali sebesar 36%, dan yang hanya pernah bertransaksi sebanyak 1 kali sebesar 8%. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang diperoleh ialah berasal dari konsumen yang sebagian besar telah melakukan transaksi di swalayan tersebut lebih dari 10 kali. Hal ini sengaja saya rencanakan karena untuk mendapatkan data yang sesuai dengan fakta lapangan yakni dengan para konsumen yang sering melakukan transaksi di swalayan tersebut sehigga mereka lebih mengetahui dan dapat menilai secara tepat mengenai keadaan yang terdapat disana.

C. Data Penyajian Hasil Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk harga kompetitif dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian peneliti menggunakan angket atau kuesioner yang telah disebarkan kepada responden. Angket yang digunakan oleh peneliti berupa pernyataan-pernyataan yang disertai dengan alternatif jawaban.

Berikut ini merupakan data-data hasil angket atau kuesioner mengenai pengaruh kelengkapan barang (X_1), haga kompetitif (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y).

1. Variabel Kelengkapan Produk (X_1)

Pada variabel kelengkapan produk, berikut akumulasi jawaban dari 100 responden sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Kuesioner Variabel Kelengkapan Produk (X_1)

Bobot	Skor	Jawaban Responden							Total	(%)
		$X_{1 \cdot 1.1}$	$X_{1 \cdot 1..2}$	$X_{1 \cdot 2.1}$	$X_{1 \cdot 3.1}$	$X_{1 \cdot 3.2}$	$X_{1.4.1}$	$X_{1.4.2}$		
SS	5	26	31	22	12	12	12	22	137	**19.5**
S	4	42	39	29	36	19	56	42	263	**37.7**
RG	3	24	26	41	27	34	24	27	203	**29.1**
TS	2	8	4	8	25	34	8	8	95	**13.6**
STS	1	0	0	0	0	1	0	0	1	**0.1**

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa 100 responden menyatakan tanggapannya terhadap indikator-indikator Kelengkapan Produk (X_1) yang terdapat pada kuisioner meliputi : keberagaman produk ($X_{1.1}$), variasi produk ($X_{1.2}$), ketersediaan produk yang dijual ($X_{1.3}$), dan macam merk yang dijual ($X_{1.4}$) dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan sangat setuju terhadap variabel kelengkapan produk (X_1) sebanyak 137 atau 19,5%. Kemudian tanggapan setuju sebanyak 263 atau 37,7%, pendapat netral sebanyak 203 atau 29,1% , pendapat tidak setuju sebanyak 95 atau 13,6% dan pendapat sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju terhadap kelengkapan barang yang terdapat di Swalayan Mulya Santosa.

2. Deskripsi Variabel Harga Kompetitif (X_2)

Tabel 4.8
Hasil Kuesioner Variabel Harga Kompetitif (X_2)

Bobot	Skor	Jawaban Responden									Total	(%)
		$X_{2.1.1}$	$X_{2.1.2}$	$X_{2.2.1}$	$X_{2.2.2}$	$X_{2.3.1}$	$X_{2.3.2}$	$X_{2.3.3}$	$X_{2.4.1}$	$X_{2.4.2}$		
SS	5	17	22	10	16	17	6	7	12	11	**118**	**13,1**
S	4	42	31	29	41	26	28	59	44	44	**344**	**38,3**
RG	3	25	38	40	19	21	42	20	33	35	**273**	**30,4**
TS	2	15	8	14	23	31	19	13	9	8	**140**	**15,6**
STS	1	1	1	7	1	4	5	1	2	2	**24**	**2,6**

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa 100 responden menyatakan tanggapannya terhadap indikator-indikator harga kompetitif (X_2) yang terdapat pada kuisioner meliputi : keterjangkauan harga ($X_{2.1}$), kesesuaian harga dengan kualitas ($X_{2.2}$), daya saing harga ($X_{2.3}$) dan kesesuaian harga dengan manfaat ($X_{2.4}$) dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan sangat setuju terhadap variabel kualitas pelayanan (X_2) sebanyak 118 atau 13,1%. Kemudian tanggapan setuju sebanyak 344 atau 38,3%, pendapat netral sebanyak 273 atau 30,4% , pendapat tidak setuju sebanyak 140 atau 15,6%dan pendapat sangat tidak setuju sebanyak 24 atau 2,6%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju terhadap harga kompetitif yang diberikan oleh swalayan Mulya Sentosa.

3. Deskripsi Variabel Kinerja Karyawan (X_3)

Tabel 4.9

Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)

Bobot	Skor	Jawaban Responden										Total	(%)
		$X_{3.1.1}$	$X_{3.1.2}$	$X_{3.2.1}$	$X_{3.2.2}$	$X_{3.3.1}$	$X_{3.3.2}$	$X_{3.4.1}$	$X_{3.4.2}$	$X_{3.5.1}$	$X_{3.5.2}$		
SS	5	8	11	15	17	16	24	15	16	12	16	150	**15,1**
S	4	25	26	24	33	33	31	22	46	44	38	322	**32,5**
RG	3	40	39	30	30	24	23	39	24	34	39	312	**31,5**
TS	2	21	16	22	15	21	16	20	12	5	4	152	**15,4**
STS	1	6	8	9	5	6	6	4	2	5	3	54	**5,5**

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa 100 responden menyatakan tanggapannya terhadap indikator-indikator kualitas pelayanan (X_3) yang terdapat pada kuisioner meliputi : kehandalan

($X_{3.1}$), bukti langsung ($X_{3.2}$), daya tanggap ($X_{3.3}$), jaminan ($X_{3.4}$) , dan emapati ($X_{3.5}$) dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan sangat setuju terhadap variabel kualitas pelayanan(X_3) sebanyak 150 atau 15,1%. Kemudian tanggapan setuju sebanyak 322 atau 32,5%, pendapat netral sebanyak 312 atau 31,5% dan pendapat tidak setuju sebanyak 152 atau 15,4%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju terhadap kualitas pelayanan pada swalayan Mulya Santosa.

4. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.10

Hasil Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Bobot	Skor	Jawaban Responden									Total	(%)
		$Y_{1.1}$	$Y_{1.2}$	$Y_{2.1}$	$Y_{2.2}$	$Y_{3.1}$	$Y_{4.1}$	$Y_{4.2}$	$Y_{5.1}$	$Y_{5.2}$		
SS	5	18	12	13	17	19	11	18	17	14	**139**	**15,4**
S	4	51	51	55	30	28	46	37	41	46	**385**	**42,8**
RG	3	24	29	22	28	32	25	36	35	26	**257**	**28,6**
TS	2	3	5	6	22	19	17	8	6	14	**100**	**11,1**
STS	1	4	3	3	3	2	1	1	1	0	**18**	**2,1**

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa 100 responden menyatakan tanggapannya terhadap indikator-indikator kepuasan pelankeputusan pembelian (Y) yang terdapat pada kuisioner meliputi : pengenalan masalah ($Y._1$), pencarian informasi ($Y._2$), penilaian alternatif ($Y._3$), keputusan pembelian ($Y._4$), dan perilaku pasca pembelaian ($Y._5$) dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan sangat setuju terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) sebanyak 139 atau 15,4%. Kemudian tanggapan setuju sebanyak 385 atau 42,8%, pendapat netral sebanyak 257 atau 28,6%,

, dan pendapat tidak setuju sebanyak 100 atau 11,1% dan pendapat sangat tidak setuju sebanyak 18 atau 2,1%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju dan menetapkan keputusan pembelian di Swalayan Mulya Santosa.

D. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas yaitu untuk menguji apakah tiap item atau instrument benar-benar mampu mengungkap faktor-faktor yang akan diukur atau konsistensi internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu faktor.[1]

Dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah melakukan uji signifikasi dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel}. Untuk sampel 100 diketahui nilai df ialah N-2 (100-2=98) dengan nilai probabilitas 0,05, maka nilai r_{tabel} = 0,1966.

Uji ini dilakukan jika pertanyaan dan atau pernyataan lebih dari 1. Pengambilan keputusan uji validitas :

- Bila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pertanyaan valid
- Bila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pertanyaan tidak valid

Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

[1] Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, Jakarta : Prestasi Pustaka Publisher,2009, Hal.96

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Pearson Correlation	R Tabel	Keterangan
Kelengkapan Produk (X_1)	P1	0,644	0,1966	Valid
	P2	0,372	0,1966	Valid
	P3	0,206	0,1966	Valid
	P4	0,541	0,1966	Valid
	P5	0,552	0,1966	Valid
	P6	0,458	0,1966	Valid
	P7	0.622	0,1966	Valid
Harga Kompetitif (X_2)	P8	0,642	0,1966	Valid
	P9	0,354	0,1966	Valid
	P10	0,633	0,1966	Valid
	P11	0,583	0,1966	Valid
	P12	0,611	0,1966	Valid
	P13	0,532	0,1966	Valid
	P14	0,471	0,1966	Valid
	P15	0,654	0,1966	Valid
	P16	0,718	0,1966	Valid
Kualitas Pelayaan (X_3)	P17	0,527	0,1966	Valid
	P18	0,719	0,1966	Valid
	P19	0,739	0,1966	Valid
	P20	0,749	0,1966	Valid
	P21	0,689	0,1966	Valid
	P22	0,716	0,1966	Valid
	P23	0,610	0,1966	Valid
	P24	0,324	0,1966	Valid
	P25	0,689	0,1966	Valid
	P26	0.712	0,1966	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	P27	0,538	0,1966	Valid
	P28	0,564	0,1966	Valid
	P29	0,534	0,1966	Valid
	P30	0,632	0,1966	Valid
	P31	0,635	0,1966	Valid
	P32	0,648	0,1966	Valid
	P33	0,529	0,1966	Valid
	P34	0,445	0,1966	Valid
	P35	0,441	0,1966	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,1966) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item dalam indikator variabel kelengkapan produk (X_1), harga kompetitif (X_2),

kualitas pelayanan (X_3), dan keputusan pembelian (Y) adalah valid yakni memenuhi persyaratan validitas serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi dari suatu variabel. Butir pertanyaan dalam variabel dikatakan reliabel atau terpercaya apabila jawaban responden adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* ≥ r tabel. Adapun hasil uji reliabilitas variabel kelengkapan produk (X_1), harga kompetitif (X_2), kualitas pelayanan (X_3) dan keputusan pembelian (Y) dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item	*Cronbach"S Alpha*	R Tabel	Keterangan
Kelengkapan Produk (X_1)	P1	0,331	0,1966	Reliabel
	P2	0,476	0,1966	Reliabel
	P3	0,559	0,1966	Reliabel
	P4	0,405	0,1966	Reliabel
	P5	0,408	0,1966	Reliabel
	P6	0,424	0,1966	Reliabel
	P7	0,351	0,1966	Reliabel
Harga Kompetitif (X_2)	P8	0,717	0,1966	Reliabel
	P9	0,765	0,1966	Reliabel
	P10	0,720	0,1966	Reliabel
	P11	0,727	0,1966	Reliabel
	P12	0731	0,1966	Reliabel
	P13	0,736	0,1966	Reliabel
	P14	0,744	0,1966	Reliabel
	P15	0,715	0,1966	Reliabel
	P16	0,700	0,1966	Reliabel
Kualitas Pelayaan (X_3)	P17	0,846	0,1966	Reliabel
	P18	0,826	0,1966	Reliabel
	P19	0,824	0,1966	Reliabel

	P20	0,823	0,1966	Reliabel
	P21	0,830	0,1966	Reliabel
	P22	0,827	0,1966	Reliabel
	P23	0,838	0,1966	Reliabel
	P24	0,862	0,1966	Reliabel
	P25	0,829	0,1966	Reliabel
	P26	0,827	0,1966	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	P27	0719	0,1966	Reliabel
	P28	0710	0,1966	Reliabel
	P29	0,712	0,1966	Reliabel
	P30	0,691	0,1966	Reliabel
	P31	0,688	0,1966	Reliabel
	P32	0,686	0,1966	Reliabel
	P33	0,706	0,1966	Reliabel
	P34	0,726	0,1966	Reliabel
	P35	0,730	0,1966	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer,2018

Dari hasil output SPSS pada tabel diatas menunjukkan nilai *Cronbach"s Alpha* untuk seluruh item pertanyaan tiap-tiap variabel bernilai > r tabel (0,1966) maka variabel kelengkapan produk adalah Reliabel.

E. Uji Asumsi Klasik

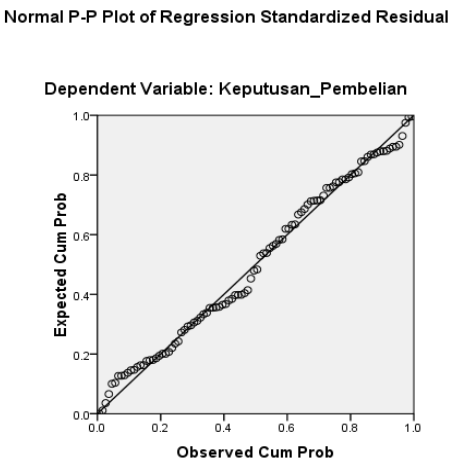
1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang bersangkutan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Untuk menguji apakah data bersifat normal atau tidak maka peneliti menggunakan analisa *Kolmogrov-Smirnov*. Metode ini prinsip kerjanya membandingkan frekuensi kumulatif distribusi teoritik dengan frekuensi kumulatif distribusi empirik (observasi). Untuk melihat data berdistribusi normal atau tidak dapat dilihat dari table

One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test. Untuk menguji data yang berdistribusi normal, akan digunakan alat uji normalitas, yaitu *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Data dikatakan berdistribusi normal jika signifikasi variabel memiliki nilai signifikasi >0,05.[2] Uji normalitas dapat diketahui dengan melihat hasil pengujian output SPSS pada grafik *P-P Plots* dengan ketentuan sebagai berikut:

1) Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunujukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2) Apabila data menebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal menunjukkan data tidak berditribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas



[2] Agus Eko Sujianto, *Apikasi Statistik* ..., hal. 83

Kesimpulan dari gambar di atas adalah, dapat dilihat bahwa titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas variabel X_1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kelengkapan_produk
N		100
Normal Parameters[a]	Mean	25.46
	Std. Deviation	3.112
Most Extreme Differences	Absolute	.129
	Positive	.129
	Negative	-.089
Kolmogorov-Smirnov Z		1.288
Asymp. Sig. (2-tailed)		.073

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2018

Berdasarkan tabel diatas, nilai dari *Asymp. Sig (2-tailed)* bahwa variabel kelengkapan produk tidak menunjukkan nilai kurang dari 0,05 yang berarti semua data berdistribusi normal.

Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas variabel X_2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Harga_kompetitif
N		100
Normal Parameters[a]	Mean	30.89
	Std. Deviation	5.093
Most Extreme Differences	Absolute	.131
	Positive	.078
	Negative	-.131
Kolmogorov-Smirnov Z		1.306
Asymp. Sig. (2-tailed)		.066

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2018

Berdasarkan tabel diatas, nilai dari *Asymp. Sig (2-tailed)* bahwa variabel harga kompetitif tidak menunjukkan nilai kurang dari 0,05 yang berarti semua data berdistribusi normal.

Gambar 4.4
Hasil Uji Normalitas variabel X_3

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitas_Pelayanan
N		100
Normal Parameters[a]	Mean	33.62
	Std. Deviation	6.919
Most Extreme Differences	Absolute	.122
	Positive	.058
	Negative	-.122
Kolmogorov-Smirnov Z		1.219
Asymp. Sig. (2-tailed)		.102

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2018

Berdasarkan tabel diatas, nilai dari *Asymp. Sig (2-tailed)* bahwa variabel kualitas pelayanan tidak menunjukkan nilai kurang dari 0,05 yang berarti semua data berdistribusi normal

Gambar 4.5
Hasil Uji Normalitas variabel X_4

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Keputusan_Pembelian
N		100
Normal Parameters[a]	Mean	35.84
	Std. Deviation	5.189
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.081
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		.813
Asymp. Sig. (2-tailed)		.524

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2018

Berdasarkan tabel diatas, nilai dari *Asymp. Sig (2-tailed)* bahwa variabel kelengkapan produk tidak menunjukkan nilai kurang dari 0,05 yang berarti semua data berdistribusi normal.

Gambar 4.6
Hasil Uji Normalitas Seluruh Variabel
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.78069981
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.067
	Negative	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		.673
Asymp. Sig. (2-tailed)		.755

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2018

Berdasarkan tabel diatas, nilai dari *Asymp. Sig (2-tailed)* bahwa secara keseluruhan variabel tidak menunjukkan nilai kurang dari 0,05 yang berarti semua data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem Multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Deteksi tidak adanya Multikolinearitas yakni dengan melihat besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance.*

a. Besaran nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)

- Jika nilai VIF < 10,00 maka tidak terjadi Multikolinearitas terhadap data yang di uji.
- Jika nilai VIF > 10,00 maka terjadi Multikolinearitas terhadap data yang di uji.

b. Besaran nilai *Tolerance*

- Jika nilai *Tolerance* > 0,10 maka tidak terjadi Multikolinearitas terhadap data yang di uji.
- Jika nilai *Tolerance* < 0,10 maka terjadi Multikolinearitas terhadap data yang di uji.[3]

Mengacu pada pendapat di atas maka berdasarkan hasil penelitian dan pengujian menggunakan SPSS.16.0 yang telah dilakukan peneliti, maka dapat diperoleh nilai pada tabel berikut :

Gambar 4.7

Hasil Uji Multilkolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kelengkapan_produk	.826	1.211
	Harga_kompetitif	.697	1.435
	Kualitas_Pelayanan	.704	1.421

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2018

[3]Husein Umar,*Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan Paradigma Positivistik dan Berbasis Pemecahan Masalah,*(Jakarta : Rajawali Pers,2013),hal.80

Dari hasil pengolahan data pengujian SPSS 16.0 diatas dapat disimpulkan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.13

Ringkasan Hasil Uji Multikolinearitas

No.	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Kelengkapan produk (X_1)	0,826	1,211	Tidak terjadi multikolinearitas
2	Harga kompetitif (X_2)	0,697	1,435	Tidak terjadi multikolinearitas
3	Kualitas pelayanan (X_3)	0,704	1,421	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : Data Primer yang diolah,2018

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas, sedangkan untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Cara menentukan heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan berbagai cara , diantaranya *Residul Plot*, *Scatterplot*, Uji *Park*, Uji *Glejser*, dan Kelaziman.[4]

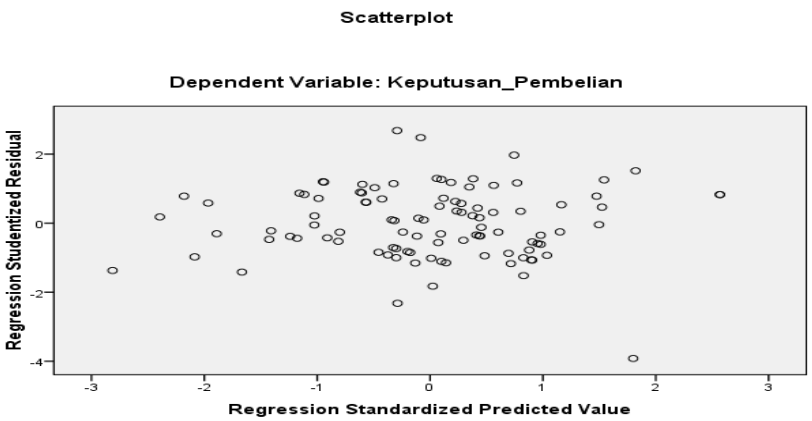
Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *Scatterplot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Adapun pedoman untuk memprediksi atau mendeteksi tidak terjadinya gejala heteroskedastisitas tersebut dilakukan dengan ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

[4]*Ibid*…,hal.82

1. Titik-titik data penyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
2. Titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
3. Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
4. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.[5]

Berikut ini disajikan grafik hasil dari pengujian heteroskedastisitas menggunakan SPSS.16.0 sebagai berikut:

Gambar 4.8
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS,2018

Berdasarkan output *Scatterplot* diatas dapat disimpulkan bahwa penyebaran titik-titiknya sudah memenuhi ketentuan-ketentuan yang telah disebutkan diatas. Hal ini berarti tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, sehingga model regresi yang baik dan ideal dapat dipenuhi.

[5]http://www.spssindonesia.com/2017/03/uji-heteroskedastisitas-scatterplots.html

F. Regresi linier berganda

Gambar 4.9
Hasil Uji Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	7.323	3.433	
	Kelengkapan_produk	.448	.136	.269
	Harga_kompetitif	.296	.091	.291
	Kualitas_Pelayanan	.237	.066	.316

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Analisis data dari tabel *Coefficients* diatas untuk menggambarkan persamaan regresi sebagai berikut :

Y = a + b1x1 + b2x2 + b3x3 + e

Y = 7,323 + 0,448X1 + 0,296X2 + 0,237X3 + e

Keterangan :

a. Nilai konstanta = 7,323

   Nilai a = 7,323 dapat dikatakan apabila nilai x1=0, x2=0, x3=0 maka dikatakan sebagai berikut :

   " Ketika kelengkapan poduk (X1), harga kompetitif (X2), dan kualitas pelayanan (X3) nilainya adalah 0 (nol), maka keputusan pembelian (Y) meningkat sebesar 7,323 atau 732,3%."

b. Nilai b1 = 0,448 menyatakan bahwa jika nilai variabel harga kompetitif (X2) dan kualitas pelayaan (X3) dianggap tetap, maka dikatakan sebagai berikut :

"Bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) 1% kelengkapan produk, maka kelengkapan produk akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,448 atau 44,8%. Dan sebaliknya, jika kelengkapan produk mengalami penurunan sebesar 1% maka keputusan pembelian diprediksi mengalami penurunan sebesar -0,448 atau -44,8%.

c. Nilai b2 = 0,296 menyatakan bahwa jika variabel kelengkapan produk (X1) dan kualias pelayanan (X3) dianggap tetap, maka dikatakan sebagai berikut :

   "Bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) 1% harga kompetitif maka harga kompetitif akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,296 atau 29,6%. Dan sebaliknya, jika keterampilan mengalami penurunan sebesar 1% maka keputusan pembelian konsumen diprediksi mengalami penurunan sebesar -0,296 atau -29,6%.

d. Nilai b3= 0,237 menyatakan bahwa jika nilai variabel kelengkapan produk (X1) dan harga kompetitif (X2) dianggap tetap, maka dikatakan sebagai berikut :

   "bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) 1% kualitas pelayanan, maka kuaitas pelayanan akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,237 atau 23,7%. Dan sebaliknya, jika kualitas pelayanan mengalami penurunan sebesar 1% maka

keputusan pembelian konsumen diprediksi mengalami penurunan sebesar sebesar -0,237 atau -23,7%.

G. Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji digunakan untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas (kelngkapan produk, harga kompetitif dan kualitas pelayanan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian secara satu persatu. Adapun pengambilan keputusannya ditentukan dengan cara berikut:

Jika nilai Sig. > 0,05 maka menerima H_0 dan menolak H_1

Jika nilai Sig. < 0,05 maka menolak H_0 dan menerima H_1

Gambar 4.10
Hasil Uji t Secara Parsial

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.323	3.433		2.133	.035
	Kelengkapan_produk	.448	.136	.269	3.282	.001
	Harga_kompetitif	.296	.091	.291	3.261	.002
	Kualitas_Pelayanan	.237	.066	.316	3.565	.001

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2018

Menguji signifikansi konstanta pada model linier (α)

H_0 = Koefisien regresi α tidak signifikan, jika nilai sig > 0,05 (5%)

H_1 = Koefisien regresi variabel kelengkapan produkα signifikan, jika nilai sig < 0,05

H_2 = Koefisien regresi variabel harga kompetitif α signifikan, jika nilai sig < 0,05

H_3 = Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan α signifikan, jika nilai sig < 0,05

Diperoleh pada tabel coefficients nilai signifikansi untuk kelengkapan produk 0,001 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa kelengkapan produk mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Dan hasil perbandingan tersebut juga menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu (3,282 > 1,66088), maka disimpulkan untuk menerima $H_{1,}$ artinya koefisien regresi kelegkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada swalayan Mulya Santosa.

Nilai signifikansi untuk harga kompetitif 0,002 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa harga kompetitif mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Dan hasil perbandingan tersebut juga menunjukkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu (3,261 > 1,66088), maka disimpulkan untuk menerima H_2 artinya koefisien regresi harga kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada swalayan Mulya Sentosa.

Nilai signifikansi untuk kualitas pelayanan 0,001 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi

keputusan pembeian secara signifikan. Dan dari hasil perbandingan tersebut menunjukkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu (3,565 < 1,984),maka disimpulkan untuk menerima H_3 artinya koefisien regresi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Swaayan Muya Sentosa.

2. Uji f

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independent (kelengkapan produk, harga kompetitif, dan kualitas pelayanan) secara bersama-sama terhadap variabel dependent (keputusan pembelian konsumen).

Prosedur pengujiannya adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent (X_1, X_2, X_3) secara simultan terhadap variabel dependent (Y)

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent (X_1, X_2, X_3) secara simultan terhadap variabel dependent (Y)

Pengambilan keputusan ditentukan dengan cara membandingkan nilai signifikasi, Jika nilai Sig. > 0,05 maka menerima H_0 dan menolak H_1, begitu pula sebaliknya.

Berikut hasil dari output SPSS uji F yang terdapat dalam tabel ANOVA: **Gambar 4.11**

Hasil Uji F atau Simultan

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1250.365	3	416.788	28.275	.000[a]
	Residual	1415.075	96	14.740		
	Total	2665.440	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Kelengkapan_produk, Harga_kompetitif
b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2018

Berdasarkan hasil pengujian uji F di atas, dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 28,275 dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan menggunakan tingkat kesalahan 5% (0,05), nilai signifikansi 0,000 < 0,05 yang berarti menolak H_0 dan menerima H_1. Dimana F_{tabel} = 2,70 diperoleh dengan rumus k-1 ; n-k, jika k = 4, k = jumlah variabel independen, n = 100. Jadi, k-1 ; n-k = (4-1);(100-4)= 3;96. Untuk F_{hitung} (28,275) > F_{tabel} (2,70) maka secara simultan terdapat Pengaruh yang signifikan antara kelengkapan produk, harga kompetitif dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada swalayan Mulya Sentosa.

H. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mencari seberapa besar pengaruh variasi variabel independent (kelengkapan produk, harga kompetitif dan kualitas pelayanan) secara keseluruhan terhadap variasi variabel independent (keputusan pembelian konsumen).

Gambar 4.12
Hasil Uji Koefisisen Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.685[a]	.469	.453	3.839

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Kelengkapan_produk, Harga_kompetitif

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien korelasi (R) 0,685 dengan nilai koefisien determinasi *(R square)* sebesar 0,469 (46,9%). Koefisien determiansi ini menunjukkan bahwa 46,9% keputusan pembelian konsumen di Swalayan Mulya Santosa dapat dipengaruhi oleh tiga faktor yakni kelengkapan produk, harga kompetitif, dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya sebesar (100- 46,9 = 53,1%) keputusan pembelian konsumen di Swalayan Mulya Santosa dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.