

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

1. Sejarah Berdirinya Toko Jaya Mode

Jaya Mode merupakan sebuah usaha yang didirikan oleh perorangan yang didirikan oleh Bapak Widodo pada tahun 2012 yang terletak di daerah kecamatan Ringinrejo. Dimana usaha ini bergerak dalam bidang fashion yang menjual berbagai macam pakaian, seperti pakaian anak-anak, pakaian remaja, dewasa sampai manula(lanjut usia). Awal mula pendirian usaha ini Bapak Widodo membeli pakaian dari produsen secara langsung kemudian menjualnya lagi ke pasar-pasar. Kemudian beliau berusaha mengembangkan usahanya dengan membuka sebuah toko baju kecil-kecilan, kemudian semakin lama usahanya semakin berkembang.

Dengan ketekunan dan kegigihan pemilik toko tersebut dan tepatnya pada tahun 2015 Bapak Widodo memperluas toko yang semula kecil menjadi lebih luas yang memiliki jumlah karyawan hanya 5 orang. Perkembangan toko ini dapat dilihat dari luasnya toko busna jaya mode serta jumlah karyawan yang selalu bertambah hingga saat ini karyawannya mencapai 30 orang.

Pada toko busna jaya mode berbagai jenis pakaian yang ditawarkan sangat bervariasi mengingat kebutuhan manusia yang bervariasi pula sesuai dengan pemakaiannya. Pakaian yang ditawarkan di toko jaya mode berupa pakaian busana muslim, perlengkapan ibadah, baju sehari-hari, seragam sekolah, perlengkapan bayi, baju tidur dan baju olahraga.

Selain menjual berbagai jenis pakaian toko busana jaya mode juga memperbolehkan pelanggannya atau konsumen untuk menukar atau meretur barang yang sudah dibeli dengan ketentuan belum melebihi dua hari setelah transaksi, dan dengan menunjukkan nota transaksi pembelian.

2. Visi dan Misi Toko Jaya Mode

a. Visi

Menjadi toko yang unggul, berkualitas dan harga tetap terjangkau.

b. Misi

Melengkapi kebutuhan pokok masyarakat dalam hal busana, menghadirkan berbagai macam produk busana yang lengkap, serta menjalin hubungan yang baik dengan para konsumen.

B. Profil Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen pada Toko Busana Jaya Mode Kediri. Adapun jumlah responden yang ditentukan sebagai sampel adalah sebanyak 92 konsumen dengan menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Setiap

responden diberikan angket kuisioner untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah disediakan oleh peneliti.

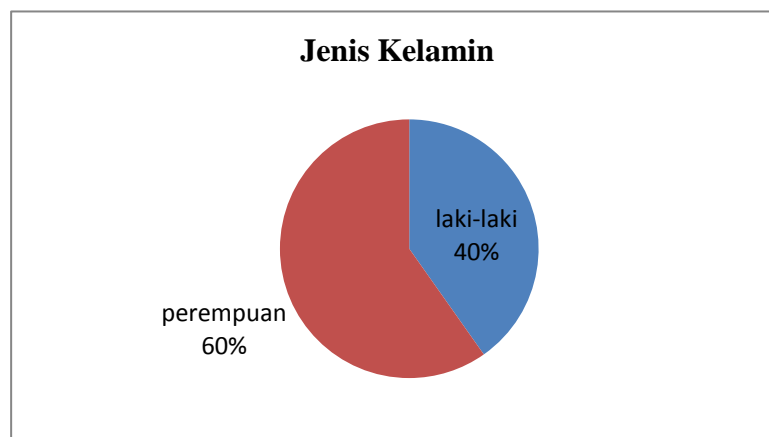
C. Deskripsi Responden

Sebelum dilakukannya analisis, peneliti akan mendiskripsikan para konsumen pada Toko Busana Jaya Mode Kediri sehingga data responden tersebut dapat digunakan untuk menggambarkan keadaan responden dan juga sebagai bahan informasi mengenai karakteristik responden yang diambil sebagai sampel pada Toko Busana Jaya Mode Kediri.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin konsumen pada toko busana jaya mode adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

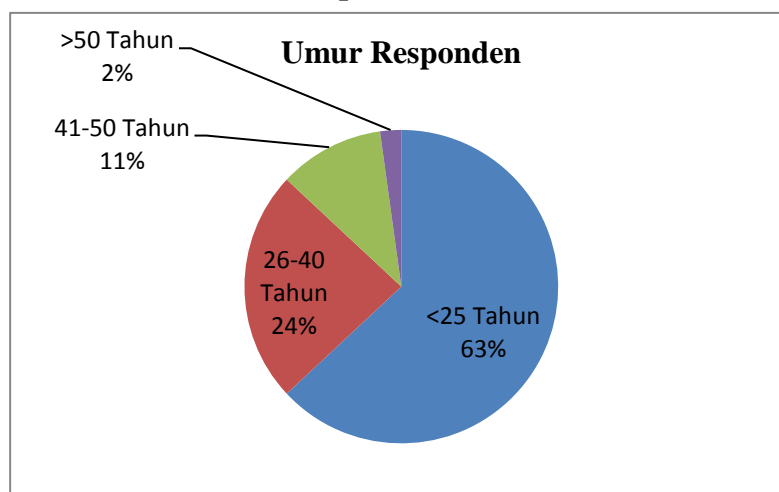
Berdasarkan gambar 4.1 di atas menunjukkan bahwa jenis kelamin responden yang terdiri dari laki-laki dan perempuan sebanyak 92. Responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 37 orang atau 49% sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan

sebanyak 55 orang atau 61%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini responden paling banyak berjenis kelamin perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Adapun data mengenai umur konsumen pada toko busana jaya mode yang diambil sebagai sampel antara lain sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur



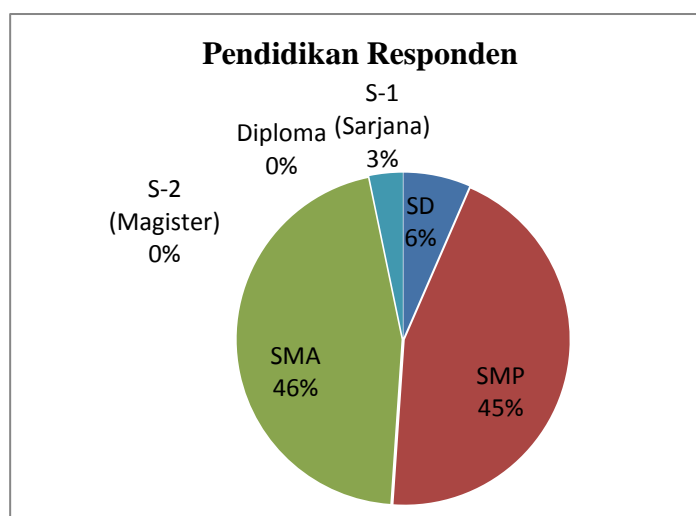
Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkan bahwa, dari jumlah responden sebanyak 92 orang diperoleh rata-rata umur responden yaitu: umur kurang dari 25 tahun sebesar 62%, umur 26-40 tahun sebesar 24%, umur 41-50 tahun sebesar 11% dan umur lebih dari 50 tahun sebesar 3%. Jadi, dilihat dari umur responden dapat disimpulkan bahwa, konsumen yang melakukan pembelian di toko busana jaya mode rata-rata umur kurang dari 25 tahun. Sedangkan responden yang berusia lebih dari 50 tahun lebih sedikit dari pada yang lain.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Adapun data mengenai pendidikan konsumen pada toko busana jaya mode yang diambil sebagai sampel antara lain sebagai berikut:

Gambar 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan



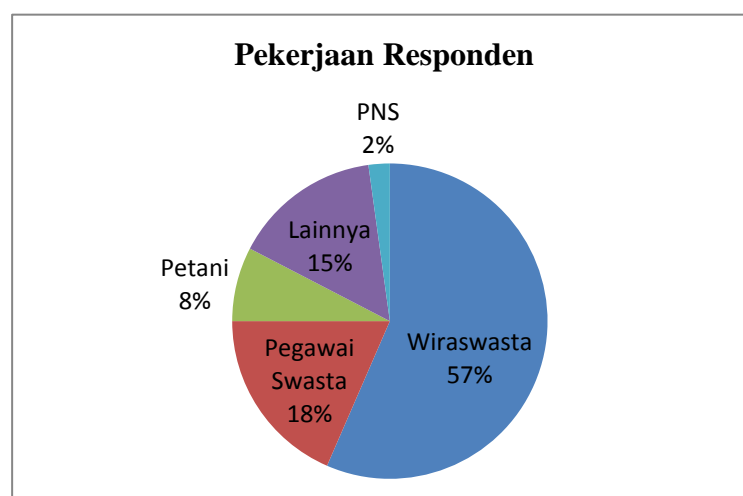
Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan gambar 4.3 diatas menunjukkan bahwa responden yang diambil sebagai sampel menunjukkan tingkat pendidikan responden yang paling banyak adalah pada tingkat SMA dengan jumlah responden 42 atau 46%. Tingkat pendidikan SD dengan jumlah responden 6 atau 7%. Tingkat pendidikan SMP dengan jumlah responden 41 atau 45% dan tingkat diploma 0 dan pendidikan S1 dengan jumlah responden 3 atau 2% sedangkan S2 0.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Adapun data mengenai pekerjaan konsumen pada toko busana jaya mode yang diambil sebagai sampel antara lain sebagai berikut:

Gambar 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



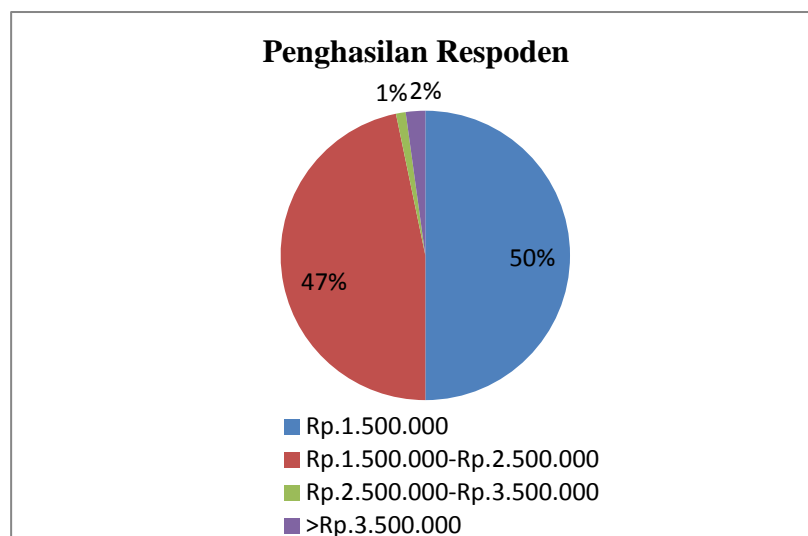
Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan gambar 4.4 menunjukkan bahwa bahwa responden yang diambil sebagai sampel menunjukkan tingkat pekerjaan responden yang paling banyak adalah pada tingkat wiraswasta dengan jumlah responden 52 atau 58%, tingkat pekerjaan pegawai swasta dengan jumlah responden 17 atau 19%. Tingkat pekerjaan petani dengan jumlah responden 7 atau 8% dan responden yang memiliki pekerjaan lainnya sebanyak 14 responden atau sebesar 15, tingkat pekerjaan PNS dengan jumlah responden 2 atau 2%..

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Adapun data mengenai penghasilan konsumen pada toko jaya mode yang diambil sebagai sampel antara lain sebagai berikut:

Gambar 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan



Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan gambar 4.5 menunjukkan bahwa bahwa responden yang diambil sebagai sampel menunjukkan tingkat penghasilan responden yang paling banyak adalah Rp. 1.500.000 dengan jumlah responden 46 atau 50%, tingkat penghasilan Rp.1.500.000-Rp.2.500.000 dengan jumlah responden 43 atau 47%. Tingkat penghasilan Rp.2.500.000-Rp.3.500.000 dengan jumlah responden 1 atau 1% dan responden yang memiliki penghasilan sebanyak lebih dari Rp.3.500.000 sebanyak 2 responden atau 2%.

D. Pemetaan Responden

Sebelum dilakukannya analisis, peneliti akan mendeskripsikan pemetaan para konsumen pada Toko Busana Jaya Mode Kediri sehingga data pemetaan responden tersebut dapat digunakan untuk menggambarkan gaya hidup responden dan juga sebagai bahan informasi mengenai gaya hidup kelas sosial manakah atau keadaan manakah yang menggambarkan kelas sosial konsumen yang berbelanja di toko busana jaya mode, apakah kelas sosial bawah, menengah ataupun kelas sosial keatas.

Sepeertihalnya pilihan ganda yang terdapat pada angket yaitu kelas social bawah diibaratkan memilih pilihan ganda seperti memiliki hobi membaca, mengisi liburan dirumah saja, suka mencari hiburan dengan berdiam diri dirumah, tidak tergabung dalam komunitas apapun, suka belanja di pasar tradisional, menyukai makanan buatan rumah, suka menggunakan media komunikasi pesan sms ataupun bicara langsung dari mulut kemulut, suka gaya rumah sederhana, rekreasi kepantai, mempertimbangkan kenyamanan dalam membeli pakaian.dan pada hal pendapat perihal masalah pendidikan, ekonomi, dan sosial dimana pilihan C merupakan golongan kelas bawah.

Sedangkan pilihan ganda yang terdapat pada angket yaitu kelas social menengah diibaratkan memilih pilihan ganda seperti memiliki hobi olahraga, mengisi liburan alon-alon kota, suka mencari hiburan dengan pergi ke pasar malam, tergabung dalam komunitas budaya,social dan keagamaan, suka belanja di toko, menyukai makanan di warteg, suka

menggunakan media komunikasi W.A, suka gaya rumah minimalis, rekreasi ketempat bersejarah, mempertimbangkan harga dan kualitas dalam membeli pakaian.dan pada hal pendapat perihal masalah pendidikan, ekonomi, dan social diaman pilihan B merupakan golongan kelas menengah.

Sedangkan pilihan ganda yang terdapat pada angket yaitu kelas sosial atas diibaratkan memilih pilihan ganda seperti memiliki hobi mengoleksi benda unik, mengisi liburan luarn kota, suka mencari hiburan dengan pergi ke bioskop, tergabung dalam komunitas mobil atau motor, suka belanja di mall, menyukai makanan di kfc, suka menggunakan media IG atau twitter, suka gaya rumah mewah, rekreasi ketempat kekinian, mempertimbangkan merek terkenal dalam membeli pakaian.dan pada hal pendapat perihal masalah pendidikan, ekonomi, dan sosial diamana pilihan A merupakan golongan kelas atas.

Berdasarkan penjelasan di atas pemetaan responden dapat digambarkan dengan tabel, yaitu:

Tabel 4.1
Kelas sosial berdasarkan hobi⁸⁶

Hobi	Jumlah (orang)	Persen
Mengoleksi benda unik	17	18,5%
Olahraga	41	44,6%
Membaca	34	36,9%
Total	92	100%

Sumber : Pengolahan data primer yang diolah, 2019

⁸⁶ Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen dan Implementasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran.*, (Jakarta: Kencana, 2003), hlm 153

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, menunjukkan bahwa kelas responden yang memiliki hobi paling banyak adalah pada hobi olahraga sebesar 41 atau 44,6% sedangkan kelas sosial responden terendah mengoleksi benda unik sebesar 17 atau 18,5%. Dari hasil diatas bahwasannya masyarakat kecamatan Ringinrejo kabupaten Kediri memiliki hobi yang bermacam-macam atau berbeda-beda. Dimana pada masyarakat yang memiliki hobi membaca cenderung kelas sosial bawah, sedangkan masyarakat atau konsumen yang memiliki hobi olahraga cenderung kelas sosial menengah, dan masyarakat atau konsumen yang memiliki hobi mengoleksi benda unik cenderung kelas sosial keatas.⁸⁷ Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa kelas sosial responden cenderung kelas menengah, ini dapat dilihat dari hobi mereka yaitu hobi berolahraga (Sepakbola dan voly).

Tabel 4.2
Kelas sosial berdasarkan liburan⁸⁸

Liburan	Jumlah (orang)	Persen
Luar kota	1	1,5%
Alun-alun kota	34	36,9%
Dirumah saja	57	61,5%
Total	92	100%

Sumber : Pengolahan data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, menunjukkan bahwa kelas sosial responden yang paling banyak menghabiskan waktu liburan dengan dirumah saja sebesar 57 atau 61,5% sedangkan kelas sosial responden terendah menghabiskan waktu liburan dengan pergi ke luar kota sebesar 1

⁸⁷ Renald Kasali, *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi, Targeting, dan Positioning*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), hlm. 225

⁸⁸ Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen dan Implementasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran.*, (Jakarta: Kencana, 2003), hlm 153

atau 1,5%. Dari hasil diatas bahwasannya masyarakat kecamatan Ringinrejo kabupaten Kediri mengisi waktu liburan ke tempat yang bermacam-macam atau berbeda-beda. Dimana pada masyarakat kecamatan Ringinrejo kabupaten Kediri mengisi waktu liburannya dengan dirumah saja cenderung kelas sosial bawah, sedangkan masyarakat atau konsumen yang mengisi waktu liburannya dengan pergi ke alun-alun kota cenderung kelas sosial menengah, dan masyarakat atau konsumen yang mengisi waktu liburannya dengan pergi keluar kota cenderung kelas sosial keatas.⁸⁹ Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa kelas sosial responden cenderung kelas bawah, hal ini dapat dilihat dari cara mereka menghabiskan liburan, yaitu hanya dirumah saja.

Tabel 4.3
Kelas sosial berdasarkan hiburan⁹⁰

Hiburan	Jumlah (orang)	Persen
Pergi ke Bioskop atau tempat karaoke	7	7,7%
Pasar malam atau tontonan masyarakat umumnya	47	50,8%
Dirumah saja	38	41,5%
Total	92	100%

Sumber : Pengolahan data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, menunjukkan bahwa kelas sosial responden yang paling banyak mencari hiburan pergi ke pasar malam atau tontonan masyarakat umumnya sebesar 47 atau 50,8% sedangkan kelas sosial responden terendah mencari hiburan pergi ke bioskop atau tempat

⁸⁹ Renald Kasali, *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi, Targeting, dan Positioning*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), hlm. 225

⁹⁰ Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen dan Implementasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran.*, (Jakarta: Kencana, 2003), hlm 153

karaoke sebesar 7 atau 7,7%. Dimana pada masyarakat kecamatan Ringinrejo kabupaten Kediri mencari hiburan dengan dirumah saja cenderung kelas sosial bawah, sedangkan masyarakat atau konsumen mencari hiburan dengan pergi ke pasar malam cenderung kelas sosial menengah, dan masyarakat atau konsumen mencari hiburan dengan pergi ke bioskop cenderung kelas sosial keatas.⁹¹ Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa kelas sosial responden cenderung kelas menengah, hal ini dapat dilihat dari hiburan mereka yaitu dengan mencari hiburan pergi ke pasar malam.

Tabel 4.4
Kelas sosial berdasarkan komunitas⁹²

Komunitas	Jumlah (orang)	Persen
Mobil atau motor	3	3,1%
Budaya, social dan keagamaan	40	43,1%
Tidak tergabung dalam komunitas apapun	49	53,8%
Total	92	100%

Sumber : Pengolahan data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, menunjukkan bahwa kelas sosial responden yang paling banyak tidak tergabung dalam komunitas apapun sebesar 49 atau 53,8% sedangkan kelas sosial responden terendah mengikuti komunitas mobil atau motor sebesar 3 atau 3,1%. Dimana pada masyarakat kecamatan Ringinrejo kabupaten Kediri yang tidak tergabung dalam komunitas apapun cenderung kelas sosial bawah, sedangkan

⁹¹ Renald Kasali, *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi, Targeting, dan Positioning*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), hlm. 225

⁹² Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen dan Implementasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran.*, (Jakarta: Kencana, 2003), hlm 153

masyarakat atau konsumen yang bergabung dengan komunitas budaya, sosial, keagamaan cenderung kelas sosial menengah, dan masyarakat atau konsumen yang tergabung dalam anggota club mobil atau motor cenderung kelas sosial keatas.⁹³ Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa kelas sosial responden cenderung kelas bawah dengan tidak mengikuti atau bergabung dengan komunitas apapun.

Tabel 4.5⁹⁴
Kelas sosial berdasarkan tempat berbelanja

Berbelanja	Jumlah (orang)	Persen
Mall	7	7,7%
Toko	68	73,8%
Pasar	17	18,5%
Total	92	100%

Sumber : Pengolahan data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, menunjukkan bahwa kelas sosial responden yang paling banyak berbelanja di toko sebesar 68 atau 73,8% sedangkan kelas sosial responden terendah berbelanja di mall sebesar 7 atau 7,7%. Dimana pada masyarakat kecamatan Ringinrejo kabupaten Kediri yang menyukai berbelanja di pasar cenderung kelas sosial bawah, sedangkan masyarakat atau konsumen yang menyukai berbelanja di toko cenderung kelas sosial menengah, dan masyarakat atau konsumen yang menyukai berbelanja di Mall cenderung kelas sosial keatas.⁹⁵ Maka dari

⁹³ Renald Kasali, *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi, Targeting, dan Positioning*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), hlm. 225

⁹⁴ Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen dan Implementasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran.*, (Jakarta: Kencana, 2003), hlm 153

⁹⁵ Yossie Rossanty dkk, *Consumer Behaviour In Era Millennial*, (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018), hlm.74

itu dapat disimpulkan bahwa kelas sosial responden cenderung kelas menengah dengan tidak menyukai berbelanja di toko.

Tabel 4.6⁹⁶
Kelas sosial berdasarkan konsumsi makanan

Makanan	Jumlah (orang)	Persen
Restoran terkenal (Mc Donald's, KFC)	2	2%
Warteg	57	62,1%
Pasar atau Buatan rumah	33	35,9%
Total	92	100%

Sumber : Pengolahan data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, menunjukkan bahwa kelas sosial responden yang paling banyak membeli atau mengkonsumsi makanan di warteg sebesar 57 atau 62,1% sedangkan kelas sosial responden terendah membeli atau mengkonsumsi makanan di restoran sebesar 2 atau 2%. Dimana pada masyarakat kecamatan Ringinrejo kabupaten Kediri yang tidak membeli makanan dan hanya makan makanan buatan rumah di cenderung kelas sosial bawah, sedangkan masyarakat atau konsumen yang membeli makanan di warteg cenderung kelas sosial menengah, dan masyarakat atau konsumen yang membeli makanan di tempat terkenal seperti di KFC, MD atau restaurant ternama cenderung kelas sosial keatas.⁹⁷ Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa kelas sosial responden cenderung kelas menengah dengan menyukai membeli makanan di warteg.

⁹⁶ Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen dan Implementasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran.*, (Jakarta: Kencana, 2003), hlm 153

⁹⁷ Rhenald Kasali, *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi, Targeting, dan Positioning*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), hlm. 225

Tabel 4.7
Kelas sosial berdasarkan media komunikasi

Media komunikasi	Jumlah (orang)	Persen
Instagram atau Twitter	3	3%
Whatsapp	60	65,2%
Pesan tradisional	29	31,8%
Total	92	100%

Sumber : Pengolahan data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, menunjukkan bahwa kelas sosial responden yang paling banyak menggunakan media komunikasi whatsapp sebesar 60 atau 65,2% sedangkan kelas sosial responden terendah menggunakan media Instagram atau Twitter sebesar 3 atau 3%. Dimana pada masyarakat kecamatan Ringinrejo kabupaten Kediri yang menggunakan media komunikasi pesan tradisional cenderung kelas sosial bawah, sedangkan masyarakat atau konsumen yang menggunakan media komunikasi Whatsapp atau Facebook cenderung kelas sosial menengah, dan masyarakat atau konsumen yang menggunakan media komunikasi instagram atau twitter cenderung kelas sosial keatas. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa kelas sosial responden cenderung kelas menengah yang menggunakan media komunikasi whatsapp atau facebook.

Tabel 4.8⁹⁸
Kelas sosial berdasarkan gaya rumah

Rumah	Jumlah (orang)	Persen
Mewah	7	7,7%
Minimalis	55	60,0%
Sederhana	30	32,3%
Total	92	100%

Sumber : Pengolahan data primer yang diolah, 2019

⁹⁸ Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen dan Implementasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran.*, (Jakarta: Kencana, 2003), hlm 153

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, menunjukkan bahwa kelas sosial responden yang paling banyak menyukai desain atau gaya rumah minimalis sebesar 55 atau 60,0% sedangkan kelas sosial responden terendah menyukai desain atau gaya mewah sebesar 7 atau 7,7%. Dimana pada masyarakat kecamatan Ringinrejo kabupaten Kediri yang menyukai desain atau gaya rumah sederhana cenderung kelas sosial bawah, sedangkan masyarakat atau konsumen yang menyukai desain atau gaya rumah minimalis cenderung kelas sosial menengah, dan masyarakat atau konsumen yang menyukai desain atau gaya rumah mewah cenderung kelas sosial keatas. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa kelas sosial responden cenderung kelas menengah yang menyukai desain atau gaya rumah minimalis.

Tabel 4.9⁹⁹
Kelas sosial berdasarkan tempat rekreasi

Rekreasi	Jumlah (orang)	Persen
Tempat kekinian atau hits	10	10,8%
Tempat bersejarah	38	41,5%
Pantai	44	47,7%
Total	92	100%

Sumber : Pengolahan data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, menunjukkan bahwa kelas sosial responden yang paling banyak menyukai tempat rekreasi pantai sebesar 44 atau 47,7% sedangkan kelas sosial responden terendah menyukai tempat rekreasi kekinian atau hits sebesar 10 atau 10,8%. Dimana pada masyarakat kecamatan Ringinrejo kabupaten Kediri yang banyak menyukai tempat

⁹⁹ Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen dan Implementasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran.*, (Jakarta: Kencana, 2003), hlm 153

rekreasi pantai cenderung kelas sosial bawah, sedangkan masyarakat atau konsumen yang banyak menyukai tempat rekreasi ke tempat yang bersejarah cenderung kelas sosial menengah, dan masyarakat atau konsumen yang banyak menyukai tempat rekreasi yang kekinian cenderung kelas sosial keatas. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa kelas sosial responden cenderung kelas bawah yang banyak menyukai tempat rekreasi pantai.

Tabel 4.10¹⁰⁰
Kelas sosial berdasarkan pakaian

Pakaian	Jumlah (orang)	Persen
Merk terkenal	2	2%
Harga gan kualitas	47	50,8%
Kenyamanan	43	47,2%
Total	92	100%

Sumber : Pengolahan data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, menunjukkan bahwa kelas sosial responden yang paling banyak mempertimbangkan pakaian berdasarkan harga dan kualitas sebesar 47 atau 50,8% sedangkan kelas sosial responden terendah mempertimbangkan pakaian berdasarkan merk terkenal sebesar 2 atau 2%. Dimana pada masyarakat kecamatan Ringinrejo kabupaten Kediri yang banyak mempertimbangkan pakaian berdasarkan kenyamanan hal tersebut cenderung kelas sosial bawah, sedangkan masyarakat atau konsumen yang mempertimbangkan pakaian berdasarkan harga dan kualitas hal tersebut cenderung kelas sosial menengah, dan masyarakat atau konsumen yang mempertimbangkan

¹⁰⁰ *Ibid*....hlm. 153

pakaian berdasarkan merek terkenal hal tersebut cenderung kelas sosial keatas. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa kelas sosial responden cenderung kelas bawah menengah yang mempertimbangkan pakaian berdasarkan harga dan kualitas.

Tabel 4.11¹⁰¹
Kelas sosial berdasarkan isu pendidikan

Isu pendidikan	Jumlah (orang)	Persen
Tersedianya sarana dan prasarana pendidikan yang berstandart internasional	13	13,8%
Penanganan ketersediaan sarana dan prasarana pendidikan yang kurang memadahi	54	59,0%
Penanganan biaya pendidikan yang mahal	25	27,2%
Total	92	100%

Sumber : Pengolahan data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, menunjukkan bahwa kelas sosial responden yang paling banyak memperhatikan isu pendidikan perihal penanganan ketersediaan sarana dan prasarana pendidikan yang kurang memadahi sebesar 54 atau 59,0% sedangkan kelas sosial responden terendah memperhatikan isu pendidikan perihal tersedianya sarana dan prasarana pendidikan yang berstandart internasional sebesar 13 atau 13,8%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kelas sosial responden cenderung kelas menengah dengan banyak memperhatikan isu pendidikan perihal penanganan biaya pendidikan yang mahal. ketersediaan sarana dan prasarana pendidikan yang kurang memadahi.

¹⁰¹ Ibid...hlm, 153

Tabel 4.12
Kelas sosial berdasarkan isu ekonomi¹⁰²

Isu ekonomi	Jumlah (orang)	Persen
Bagaimana pemerintah dalam menghadapi naiknya ekspor kopi dan coklat serta perihal migas dan nonmigas yang terjadi di Indonesia untuk mencapai kekuatan ekonomi Negara	7	7,7%
Bagaimana pemerintah member pinjaman modal untuk UMKM agar sektor riil bergerak dimasyarakat	31	33,8%
Bagaimana pemerintah menjaga agar hasil pertanian stabil bagi masyarakat	54	58,5%
Total	92	100%

Sumber : Pengolahan data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, menunjukkan bahwa kelas social responden yang paling banyak memperhatikan isu ekonomi bagaimana pemerintah menjaga agar hasil pertanian stabil bagi masyarakat sebesar 54 atau 58,5% sedangkan kelas social responden terendah memperhatikan isu ekonomi perihal bagaimana pemerintah dalam menghadapi naiknya ekspor kopi dan coklat serta perihal migas dan nonmigas yang terjadi di Indonesia untuk mencapai kekuatan ekonomi Negara sebesar 7 atau 7,7%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kelas social responden cenderung kelas bawah dengan banyak banyak memperhatikan isu ekonomi bagaimana pemerintah menjaga agar hasil pertanian stabil bagi masyarakat.

¹⁰² *Ibid...* hlm. 153

Tabel 4.13
Kelas sosial berdasarkan isu sosial

Isu social	Jumlah (orang)	Persen
Bagaimana pemerintah menyediakan sarana yang dapat meningkatkan kualitas social masyarakat	25	27,7%
Bagaimana pemerintah menangani pemberdayaan masyarakat	57	61,5%
Bagaimana pemerintah menangani ketimpangan social di masyarakat	10	10,8%
Total	92	100%

Sumber : Pengolahan data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, menunjukkan bahwa kelas social responden yang paling banyak memperhatikan isu sosial perihal bagaimana pemerintah menangani pemberdayaan masyarakat sebesar 57 atau 61,5% sedangkan kelas sosial responden terendah memperhatikan isu sosial perihal bagaimana pemerintah menangani ketimpangan social di masyarakat sebesar 10 atau 10,8%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kelas social responden cenderung kelas menengah dengan banyak memperhatikan isu sosial perihal bagaimana pemerintah menangani pemberdayaan masyarakat.

Tabel 4.14
Hasil pemetaan responden berdasarkan gaya hidup kelas sosial

Pertanyaan	Kelas Sosial			Total
	Atas	Menengah	Bawah	
Saya memiliki hobi	17	41	34	92
Saya mengisi waktu liburan dengan pergi ke	1	34	57	92
Saya mencari hiburan dengan pergi ke	7	47	38	92
Saya tergabung didalam komunitas	3	40	49	92
Saya suka berbelanja di	7	68	17	92
Saya suka mengkonsumsi makanan	2	57	33	92
Saya suka menggunakan media komunikasi	3	60	29	92

Saya suka dengan desain/gaya rumah	7	30	55	92
Saya senang pergi rekreasi ke tempat	10	38	44	92
Saya mempertimbangkan.....dalam membeli pakaian	2	47	43	92
Menurut anda, permasalahan atau isu Pendidikan manakah yang harus segera ditanggapi	13	54	25	92
Menurut anda, permasalahan atau isu Ekonomi manakah yang harus segera ditanggapi	7	31	54	92
Menurut anda, permasalahan atau isu Ekonomi manakah yang harus segera ditanggapi	25	57	10	92
Jumlah	104	604	488	1196

Sumber : Pengolahan data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil pada tabel 4.14 diatas dapat disimpulkan bahwa dari seluruh pertanyaan dengan setiap item pertanyaan yang dipilih oleh 92 responden cenderung berkelas sosial menengah yaitu dengan skor sebesar 608. Sehingga hal tersebut menjadi suatu ciri atau pertanda bahwa kebanyakan masyarakat kecamatan Ringinrejo kabupaten Kediri yang berbelanja di toko busana jaya mode gaya hidup dengan kelas sosial menengah.

E. Data Penyajian Hasil Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh citra toko dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian di toko busana jaya mode, peneliti menggunakan angket atau kuisisioner yang telah disediakan kepada responden. Kuisisioner yang akan digunakan oleh peneliti berupa sebuah pernyataan-pernyataan yang disertai alternatif jawaban. Berikut ini adalah data hasil angket atau kuisisioner mengenai pengaruh citra toko (X1) dan gaya hidup (X2) terhadap keputusan pembelian di toko busana jaya mode kediri (Y).

1. Variabel citra toko (X1)

Pada variabel citra toko, ini hasil akumulasi jawaban dari 92 responden sebagai berikut:

Tabel 4.15
Pernyataan (X1.1.1) : Kualitas barang dagangan di Jaya Mode sesuai dengan harga yang diberikan

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	42	45,7%	210
2	Setuju	4	45	48,9%	180
3	Netral	3	5	5,4%	15
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	391
Rata-rata skor					4,3

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.15 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 45 (48,9%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 5 (5,4%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika kualitas barang dagangan di Jaya Mode sesuai dengan harga yang diberikan.

Tabel 4.16
Pernyataan (X1.1.2) : Toko Jaya Mode menyediakan banyak barang dagangan baru dengan merek yang bervariasi

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	47	51,1%	235
2	Setuju	4	43	46,7%	172
3	Netral	3	2	2,2%	6
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
			92	100%	413
Rata-rata skor					4,5

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.16 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi sangat setuju sebanyak 47 (51,1%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral 2 (2,2%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung sangat setuju jika toko Jaya Mode menyediakan banyak barang dagangan baru dengan merek yang bervariasi.

Tabel 4.17
Pernyataan (X1.2.1) : Toko Jaya Mode menyediakan informasi mengenai produk baru

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	58	63,0%	290
2	Setuju	4	32	34,8%	128
3	Netral	3	2	2,2%	6
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	424
Rata-rata skor					4,6

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.17 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi sangat setuju sebanyak 58 (63,0%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral 2 (2,2%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung sangat setuju jika toko Jaya Mode menyediakan informasi mengenai produk baru.

Tabel 4.18
Pernyataan (X1.3.1) : Konsumen mudah menemukan barang yang diinginkan

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	46	50,0%	230
2	Setuju	4	45	48,9%	180
3	Netral	3	1	1,1%	3
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	413
Rata-rata skor					4,5

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.18 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi sangat setuju sebanyak 46 (50%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral 1 (1,1%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung sangat setuju jika konsumen mudah menemukan barang yang diinginkan.

Tabel 4.19
Pernyataan (X1.4.1) : Menyediakan toilet dan tempat duduk yang memadai

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	49	53,3%	245
2	Setuju	4	43	46,7%	172
3	Netral	3	0	0	0
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	417
Rata-rata skor					4,5

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.19 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 49 (53,3%). Maka dapat

disimpulkan bahwa responden cenderung sangat setuju jika menyediakan toilet dan tempat duduk yang memadai.

Tabel 4.20
Pernyataan (X1.5.1) : Tempat dan pelayanan karyawan memuaskan

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	50	54,3%	250
2	Setuju	4	36	39,1%	144
3	Netral	3	6	6,5%	18
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	412
Rata-rata skor					4,5

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.20 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi sangat setuju sebanyak 50 (54,3%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral 6 (6,5%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung sangat setuju jika tempat dan pelayanan karyawan memuaskan.

Tabel 4.21
Pernyataan (X1.6.1) : Produk yang dijual pada toko jaya mode merupakan produk yang memiliki citra yang baik

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	40	43,5%	200
2	Setuju	4	48	52,2%	192
3	Netral	3	4	4,3%	12
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	404
Rata-rata skor					4,4

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.21 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 48 (52,2%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral 4 (4,3%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung sangat setuju jika produk yang dijual ditoko jaya mode merupakan produk yang memiliki citra yang baik.

Tabel 4.22
Rata-Rata Pilihan Responden Variabel Citra Toko (X1)

Pernyataan	Total Skor	Rata-Rata Skor
Kualitas barang dagangan di Jaya Mode sesuai dengan harga yang diberikan (X1.1.1)	391	4,3
Toko Jaya Mode menyediakan banyak barang dagangan baru dengan merek yang bervariasi (X1.1.2)	413	4,5
Toko Jaya Mode menyediakan informasi mengenai produk baru (X1.2.1)	424	4,6
Konsumen mudah menemukan barang yang diinginkan (X1.3.1)	413	4,5
Menyediakan toilet dan tempat duduk yang memadahi (X1.4.1)	417	4,5
Tempat dan pelayanan kaeryawan memuaskan (X1.5.1)	412	4,5
Produk yang dijual pada toko Jaya Mode merupakan produk yang memiliki citra yang baik (X1.6.1)	404	4,4
Jumlah Nilai Skor	2874	31,3
Rata-Rata Total Skor	410,57	4,47

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.22 mengenai tanggapan responden tentang citra toko maka dapat diketahui bahwa total skor tertinggi pada pernyataan toko busana Jaya Mode menyediakan informasi mengenai produk baru (X1.2.1) dengan total skor 424 atau dengan rata-rata skor 4,6. Sedangkan total skor terendah pada pernyataan kualitas barang dagangan di Jaya Mode sesuai dengan harga yang diberikan (X1.1.1) dengan total skor 391

atau dengan rata-rata 4,3. Artinya para responden setuju dengan informasi yang diberikan pada saat promosi.

2. Variabel Gaya Hidup (X2)

Pada variabel gaya hidup, ini hasil akumulasi jawaban dari 92 responden sebagai berikut:

Tabel 4.23
Pernyataan (X2.1.1) : Berbelanja di Toko Busana Jaya Mode sesuai dengan hobi saya

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	5	5,4%	25
2	Setuju	4	51	55,4%	204
3	Netral	3	36	39,1%	108
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	337
Rata-rata skor					3,7

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.23 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 51 (47,7%), sedangkan yang memilih nilai terendah sangat setuju 5 (5,4%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika berbelanja di Toko Busana Jaya Mode sesuai dengan hobi saya.

Tabel 4.24
Pernyataan (X2.1.2) : Berbelanja di Toko Busana Jaya Mode sesuai dengan kebutuhan olahraga

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	15	16,3%	75
2	Setuju	4	55	59,8%	220
3	Netral	3	22	23,9%	66
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0

Jumlah	92	100%	361
Rata-rata skor			3,9

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.24 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 55 (59,8%), sedangkan yang memilih nilai terendah sangat setuju 15 (16,3%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika berbelanja di Toko Busana Jaya Mode sesuai dengan kebutuhan olahraga.

Tabel 4.25
Pernyataan (X2.1.3) : Berbelanja di Toko Busana Jaya Mode sesuai dengan kegiatan hiburan saya

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	9	9,8%	45
2	Setuju	4	38	41,3%	152
3	Netral	3	45	48,9%	135
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	332
Rata-rata skor					3,6

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.25 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi netral sebanyak 45 (48,9%), sedangkan yang memilih nilai terendah sangat setuju sebanyak 9 (9,8%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika berbelanja di Toko Busana Jaya Mode sesuai dengan kegiatan hiburan saya.

Tabel 4.26
Pernyataan (X2.1.4) : Secara keseluruhan berbelanja di Toko Busana Jaya Mode sesuai kebutuhan belanja saya

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	15	16,3%	75
2	Setuju	4	50	54,3%	200
3	Netral	3	27	29,4%	81
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	356
Rata-rata skor					3,9

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.26 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 50 (54,3%), sedangkan yang memilih nilai terendah sangat setuju sebanyak 15 (16,3%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika secara keseluruhan berbelanja di Toko Busana Jaya Mode sesuai kebutuhan belanja saya.

Tabel 4.27
Pernyataan (X2.2.1) : Saya berbelanja di Toko Busana Jaya Mode karena letaknya dekat dengan rumah saya

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	12	13,0%	60
2	Setuju	4	56	60,9%	224
3	Netral	3	24	26,1%	72
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	356
Rata-rata skor					3,9

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.27 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 56 (60,9%), sedangkan yang memilih nilai terendah sangat setuju sebanyak 12 (13,0%). Maka dapat

disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika saya berbelanja di Toko Busana Jaya Mode karena letaknya dekat dengan rumah saya.

Tabel 4.28
Pernyataan (X2.2.2) : Saya berbelanja di Toko Busana Jaya Mode karena sesuai dengan kebutuhan keluarga saya

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	8	8,7%	40
2	Setuju	4	67	72,8%	268
3	Netral	3	17	18,5%	51
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	359
Rata-rata skor					3,9

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.28 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 67 (72,8%), sedangkan yang memilih nilai terendah sangat setuju sebanyak 8 (8,7%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika saya berbelanja di Toko Busana Jaya Mode karena sesuai dengan kebutuhan keluarga saya.

Tabel 4.29
Pernyataan (X2.2.3) : Saya berbelanja di Toko Busana Jaya Mode karena sesuai dengan kebutuhan pakaian saya

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	8	8,7%	40
2	Setuju	4	68	73,9%	272
3	Netral	3	16	17,4%	48
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	360
Rata-rata skor					3,9

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.29 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 68 (73,9%), sedangkan yang memilih nilai terendah sangat setuju sebanyak 8 (8,7%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika saya berbelanja di Toko Busana Jaya Mode karena sesuai dengan kebutuhan pakaian saya.

Tabel 4.30
Pernyataan (X2.2.4) : Saya berbelanja di Toko Busana Jaya Mode karena sesuai dengan kebutuhan komunitas saya

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	10	10,9%	50
2	Setuju	4	39	42,4%	156
3	Netral	3	43	46,7%	129
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	335
Rata-rata skor					3,6

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.30 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi netral sebanyak 43 (46,7%), sedangkan yang memilih nilai terendah sangat setuju sebanyak 10 (10,9%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung netral jika saya berbelanja di Toko Busana Jaya Mode karena sesuai dengan kebutuhan komunitas saya.

Tabel 4.31
Pernyataan (X2.3.1) : Menurut pendapat saya, berbelanja di Toko Busana Jaya Mode sesuai dengan status sosial saya

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	31	33,7%	155
2	Setuju	4	58	63,0%	232
3	Netral	3	3	9,3%	9
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0

Jumlah	92	100%	396
Rata-rata skor			4,3

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.31 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 58 (63,0%), sedangkan yang memilih nilai terendah sangat setuju sebanyak 3 (9,3%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika menurut pendapat saya, berbelanja di Toko Busana Jaya Mode sesuai dengan status sosial saya.

Tabel 4.32
Pernyataan (X2.3.2) : Menurut pendapat saya, berbelanja di Toko Busana Jaya Mode sesuai dengan kemampuan ekonomi saya

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	12	13,0%	60
2	Setuju	4	58	63,0%	232
3	Netral	3	22	23,9%	66
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	358
Rata-rata skor					3,9

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.32 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 58 (63,0%), sedangkan yang memilih nilai terendah sangat setuju sebanyak 12 (13,0%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika menurut pendapat saya, berbelanja di Toko Busana Jaya Mode sesuai dengan kemampuan ekonomi saya.

Tabel 4.33
Pernyataan (X2.3.3) : Menurut pendapat saya, berbelanja di Toko Busana Jaya Mode meningkatkan kepercayaan diri saya

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	7	7,6%	35
2	Setuju	4	45	48,9%	180
3	Netral	3	40	43,5%	120
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	335
Rata-rata skor					3,6

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.33 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi netral sebanyak 45 (48,9%), sedangkan yang memilih nilai terendah sangat setuju sebanyak 7 (7,6%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung netral jika menurut pendapat saya, berbelanja di Toko Busana Jaya Mode sesuai dengan kemampuan ekonomi saya.

Tabel 4.34
Pernyataan (X2.3.4) : Menurut pendapat saya, secara keseluruhan Toko Busana Jaya Mode sesuai dengan budaya masa kini

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	3	3,3%	15
2	Setuju	4	62	67,4%	248
3	Netral	3	27	29,3%	81
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	344
Rata-rata skor					3,7

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.34 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 62 (67,4%), sedangkan yang

memilih nilai terendah sangat setuju sebanyak 3 (3,3%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika menurut pendapat saya, secara keseluruhan Toko Busana Jaya Mode sesuai dengan budaya masa kini.

Tabel 4.35
Rata-Rata Pilihan Responden Variabel Gaya Hidup (X2)

Pernyataan	Total Skor	Rata-Rata Skor
Berbelanja di Toko Busana Jaya Mode sesuai dengan hobi saya (X2.1.1)	337	3,7
Berbelanja di Toko Busana Jaya Mode sesuai dengan kebutuhan olahraga (X2.1.2)	361	3,9
Berbelanja di Toko Busana Jaya Mode sesuai dengan kegiatan hiburan saya (X2.1.3)	332	3,6
Secara keseluruhan berbelanja di Toko Busana Jaya Mode sesuai kebutuhan belanja saya (X2.1.4)	356	3,9
Saya berbelanja di Toko Busana Jaya Mode karena letaknya dekat dengan rumah saya (X2.2.1)	356	3,9
Saya berbelanja di Toko Busana Jaya Mode karena sesuai dengan kebutuhan keluarga saya (X2.2.2)	359	3,9
Saya berbelanja di Toko Busana Jaya Mode karena sesuai dengan kebutuhan pakaian saya (X2.2.3)	360	3,9
Saya berbelanja di Toko Busana Jaya Mode karena sesuai dengan kebutuhan komunitas saya (X2.2.4)	335	3,6
Menurut pendapat saya, berbelanja di Toko Busana Jaya Mode sesuai dengan status sosial saya (X2.3.1)	396	4,3
Menurut pendapat saya, berbelanja di Toko Busana Jaya Mode sesuai dengan kemampuan ekonomi saya (X2.3.2)	358	3,9
Menurut pendapat saya, berbelanja di Toko Busana Jaya Mode meningkatkan kepercayaan diri saya (X2.3.3)	335	3,6
Menurut pendapat saya, secara keseluruhan Toko Busana Jaya Mode sesuai dengan budaya masa kini (X2.3.4)	344	3,7
Jumlah Nilai Skor	4229	45,9
Rata-Rata Total Skor	352,4	3,8

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.35 mengenai tanggapan responden tentang gaya hidup maka dapat diketahui bahwa total skor tertinggi pada pernyataan menurut pendapat saya, berbelanja di Toko Busana Jaya Mode sesuai dengan status sosial saya (X2.3.1) dengan total skor 396 atau dengan rata-rata skor 4,3. Sedangkan total skor terendah pada pernyataan saya berbelanja di Toko Busana Jaya Mode sesuai dengan kegiatan hiburan saya (X2.1.3) dengan total skor 332 atau dengan rata-rata 3,6. Artinya para responden setuju dengan pendapat atau suatu opini.

3. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Pada variabel keputusan pembelian, ini hasil akumulasi jawaban dari 65 responden sebagai berikut:

Tabel 4.36
Pernyataan (Y1.1.1) : Toko Jaya Mode menyediakan kebutuhan saya

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	7	7,6%	35
2	Setuju	4	70	76,1%	280
3	Netral	3	15	16,3%	45
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	360
Rata-rata skor					3,9

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.36 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 70 (76,1%), sedangkan yang memilih nilai terendah sangat setuju sebanyak 7 (7,6%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika toko Jaya Mode menyediakan kebutuhan saya.

Tabel 4.37
Pernyataan (Y1.1.2) : Saya membuat kriteria-kriteria tentang jenis produksi toko Jaya Mode yang saya butuhkan

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	9	9,8%	45
2	Setuju	4	46	50,0%	184
3	Netral	3	37	40,2%	111
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	340
Rata-rata skor					3,7

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.37 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 46 (50,0%), sedangkan yang memilih nilai terendah sangat setuju sebanyak 9 (9,8%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika saya membuat kriteria-kriteria tentang jenis produksi toko Jaya Mode yang saya butuhkan.

Tabel 4.38
Pernyataan (Y1.2.1) : Saya mencari informasi sebelum belanja di toko Jaya Mode

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	7	7,6%	35
2	Setuju	4	61	66,3%	224
3	Netral	3	24	26,1%	72
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	331
Rata-rata skor					3,6

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.38 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 61 (66,3%), sedangkan yang

memilih nilai terendah sangat setuju sebanyak 7 (7,6%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika saya mencari informasi sebelum belanja di toko Jaya Mode.

Tabel 4.39
Pernyataan (Y1.2.2) : Saya mendapatkan informasi mengenai took Jaya Mode dari orang lain

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	11	12,0%	55
2	Setuju	4	60	65,2%	240
3	Netral	3	21	22,8%	63
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	358
Rata-rata skor					3,9

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.39 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 60 (65,2%), sedangkan yang memilih nilai terendah sangat setuju sebanyak 11 (12,00%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jikasaya mendapatkan informasi mengenai toko Jaya Mode dari orang lain

Tabel 4.40
Pernyataan (Y1.3.1) : Toko Jaya Mode menjadi alternative pilihan saya dalam berbelanja

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	10	10,9%	50
2	Setuju	4	65	70,7%	260
3	Netral	3	17	18,5%	51
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	361
Rata-rata skor					4,0

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.40 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 65 (70,7%), sedangkan yang memilih nilai terendah sangat setuju sebanyak 10 (10,9%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika toko Jaya Mode menjadi alternative pilihan saya dalam berbelanja.

Tabel 4.41

Pernyataan (Y1.3.2) : Saya memutuskan melakukan pembelian di toko Jaya Mode setelah saya mengevaluasi beberapa alternative yang ada

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	7	7,6%	35
2	Setuju	4	60	65,2%	240
3	Netral	3	25	27,2%	75
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	350
Rata-rata skor					3,8

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.41 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 60 (65,2%), sedangkan yang memilih nilai terendah sangat setuju sebanyak 7 (7,6%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika saya memutuskan melakukan pembelian di toko Jaya Mode setelah saya mengevaluasi beberapa alternative yang ada.

Tabel 4.42

Pernyataan (Y1.4.1) : Saya terdorong untuk melakukan pembelian di toko Jaya Mode

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	7	7,6%	35
2	Setuju	4	63	68,5%	252
3	Netral	3	22	23,9%	66

4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	353
Rata-rata skor					3,8

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.42 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 63 (68,5%), sedangkan yang memilih nilai terendah sangat setuju sebanyak 7 (7,6%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jikasaya terdorong untuk melakukan pembelian di toko Jaya Mode.

Tabel 4.43
Pernyataan (Y1.4.2) : Saya merasa yakin dengan keputusan pembelian saya

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	8	8,7%	40
2	Setuju	4	68	73,9%	272
3	Netral	3	16	17,4%	48
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	360
Rata-rata skor					3,9

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.43 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 68 (73,9%), sedangkan yang memilih nilai terendah sangat setuju sebanyak 8 (8,7%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jika saya merasa yakin dengan keputusan pembelian saya.

Tabel 4.44
Pernyataan (Y1.5.1) : Saya merasa puas terhadap produk yang dibeli

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	16	17,4%	80
2	Setuju	4	65	70,7%	260
3	Netral	3	11	12,0%	33
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	373
Rata-rata skor					4,0

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.44 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 65 (70,7%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 11 (12,0%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju jikasaya merasa puas terhadap produk yang dibeli.

Tabel 4.45
Pernyataan (Y1.5.2) : Saya bersedia merekomendasikan toko Jaya Mode kepada orang lain

No	Choice	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	22	23,9%	110
2	Setuju	4	64	69,6%	256
3	Netral	3	6	6,5%	18
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah			92	100%	384
Rata-rata skor					4,2

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.45 di atas menunjukkan bahwa dari 92 responden yang memilih nilai tertinggi setuju sebanyak 64 (69,6%), sedangkan yang memilih nilai terendah netral sebanyak 6 (6,5%). Maka dapat disimpulkan

bahwa responden cenderung setuju jika saya bersedia merekomendasikan toko Jaya Mode kepada orang lain.

Table 4.46
Rata-Rata Pilihan Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Pernyataan	Total Skor	Rata-Rata Skor
Toko Jaya Mode menyediakan kebutuhan saya (Y1.1)	360	3,9
Saya membuat kriteria-kriteria tentang jenis produksi toko Jaya Mode yang saya butuhkan (Y1.2)	340	3,7
Saya mencari informasi sebelum belanja di toko Jaya Mode (Y2.1)	331	3,6
Saya mendapatkan informasi mengenai toko Jaya Mode dari orang lain (Y2.2)	358	3,9
Toko Jaya Mode menjadi alternative pilihan saya dalam berbelanja (Y3.1)	361	4,0
Saya memutuskan melakukan pembelian di toko Jaya Mode setelah saya mengevaluasi beberapa alternative yang ada (Y3.2)	350	3,8
Saya terdorong untuk melakukan pembelian di toko Jaya Mode (Y4.1)	353	3,8
Saya merasa yakin dengan keputusan pembelian saya (Y4.2)	360	3,9
Saya merasa puas terhadap produk yang dibeli (Y5.1)	373	4,0
Saya bersedia merekomendasikan toko Jaya Mode kepada orang lain (Y5.2)	384	4,2
Jumlah Nilai Skor	3570	38,9
Rata-Rata Total Skor	357,0	3,88

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.46 diatas mengenai tanggapan responden tentang keputusan pembelian maka dapat diketahui bahwa total skor tertinggi pada pernyataan saya bersedia merekomendasikan toko Jaya Mode kepada orang lain (Y5.2) dengan total skor 384 atau dengan rata-rata skor 4,2. Sedangkan total skor terendah pada pernyataan saya mencari informasi

sebelum belanja di toko Jaya Mode (Y2.1) dengan total skor 331 atau dengan rata-rata 3,6. Artinya para responden setuju dengan perekomendasi pasc pembelian.

F. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pernyataan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu.¹⁰³Kriteria pengujian yang dilakukan yaitu dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} dengan menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Untuk memperoleh r_{tabel} dapat diperoleh melalui table *r product moment pearson* dengan *degree of freedom* $(df)=n-2$, yaitu $(df)=92-2=90$ Sehingga didapatkan r_{tabel} sebesar 0,173 Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan dikatakan valid. Berikut merupakan hasil uji validitas variabel citra toko (X1), gaya hidup (X2) dan keputusan pembelian (Y):

¹⁰³ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta, Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 192

Tabel 4.47
Hasil Uji Validitas X1

Variabel	No Item	Corrected Item Total Correlation	r tabel	Keterangan
Citra Toko (X1)	X1.1.1	0,352	0,173	Valid
	X1.1.2	0,329	0,173	Valid
	X1.2.1	0,430	0,173	Valid
	X1.3.1	0,428	0,173	Valid
	X1.4.1	0,464	0,173	Valid
	X1.5.1	0,491	0,173	Valid
	X1.6.1	0,431	0,173	Valid

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan table 4.47 diatas, dapat diketahui bahwa variabel citra toko (X1) atau seluruh item citra toko adalah valid karena Corrected Item-Total Correlation lebih besar dari nilai r table (0,173).

Tabel 4.48
Hasil Uji Validitas X2

Variabel	No Item	Corrected Item Total Correlation	r tabel	Keterangan
Gaya Hidup (X2)	X2.1.1	0,473	0,173	Valid
	X2.1.2	0,298	0,173	Valid
	X2.1.3	0,392	0,173	Valid
	X2.1.4	0,303	0,173	Valid
	X2.2.1	0,405	0,173	Valid
	X2.2.2	0,302	0,173	Valid
	X2.2.3	0,398	0,173	Valid
	X2.2.4	0,475	0,173	Valid
	X2.3.1	0,330	0,173	Valid
	X2.3.2	0,315	0,173	Valid
	X2.3.3	0,484	0,173	Valid
	X2.3.4	0,467	0,173	Valid

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan table 4.48 diatas, dapat diketahui bahwa variabel gaya hidup (X2) atau seluruh item gaya hidup adalah valid karena Corrected Item-Total Correlation lebih besar dari nilai r table (0,173).

Tabel 4.49
Hasil Uji Validitas Y

Variabel	No Item	Corrected Item Total Correlation	r tabel	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	Y1.1.1	0,366	0,173	Valid
	Y1.1.2	0,282	0,173	Valid
	Y1.2.1	0,256	0,173	Valid
	Y1.2.2	0,267	0,173	Valid
	Y1.3.1	0,347	0,173	Valid
	Y1.3.2	0,196	0,173	Valid
	Y1.4.1	0,219	0,173	Valid
	Y1.4.2	0,360	0,173	Valid
	Y1.5.1	0,240	0,173	Valid
	Y1.5.2	0,258	0,173	Valid

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan table 4.49 diatas, dapat diketahui bahwa variabel keputusan pembelian (Y) atau seluruh item keputusan pembelian adalah valid karena Corrected Item-Total Correlation lebih besar dari nilai r table (0,173).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrument merupakan hasil dari pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrument diperlukan untuk mendapatkan suatu data yang sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut perlu dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 samapai 1.¹⁰⁴

¹⁰⁴ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta : Prestasi Pustaka, 2009), hlm. 97

Table 4.50
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen X1

Cronbach's Alpha	N of Items
.707	7

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2019

Berdasarkan tabel 4.50 diatas, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk item pernyataan nomor 1 sampai 7 variabel citra toko lebih besar dari 0,60 yaitu sebesar 0,707. Maka dapat disimpulkan bahwa angket atau kuesionar ini adalah reliabel.

Table 4.51
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen X2

Cronbach's Alpha	N of Items
.751	12

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2019

Berdasarkan tabel 4.51 diatas, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk item pernyataan nomor 1 sampai 12 variabel gaya hidup lebih besar dari 0,60 yaitu sebesar 0,751. Maka dapat disimpulkan bahwa angket atau kuesionar ini adalah reliabel.

Table 4.52
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.603	10

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2019

Berdasarkan tabel 4.52 diatas, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk item pernyataan nomor 1 sampai 10 variabel keputusan pembelian lebih besar dari 0,60 yaitu sebesar 0,603. Maka dapat disimpulkan bahwa angket atau kuesionar ini adalah reliabel.

2. Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah suatu data yang berdistribusi normal.¹⁰⁵ Untuk melakukan uji normalitas data dalam penelitian ini penulis menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* yang dipadukan dengan kurva *Normal P-P Plots*, maka untuk mengetahui hasil pengujian dapat dilihat dalam tabel berikut:

¹⁰⁵ V. Wiratna Sujaeweni, Metodologi Penelitian..., hlm. 52

Tabel 4.53
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		Citra_Toko	Gaya_Hidup	Keputusan_Pembelia n
N		92	92	92
Normal Parameters ^a	Mean	31.39	45.97	39.02
	Std. Deviation	2.349	3.696	2.568
Most Extreme Differences	Absolute	.119	.093	.134
	Positive	.089	.093	.134
	Negative	-.119	-.068	-.084
Kolmogorov-Smirnov Z		1.138	.895	1.283
Asymp. Sig. (2-tailed)		.150	.399	.074
a. Test distribution is Normal.				

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 16, 2019

Berdasarkan tabel 4.53 *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka *Asymp. Sig. (2-tailed)*. Nilai ini dibandingkan dengan 0,05 (menggunakan taraf signifikan atau $\alpha = 5\%$) atau mengambil keputusan dengan pedoman:

- 1) Nilai sign. atau signifikan atau nilai probabilitas $< 0,05$ distribusi data adalah tidak normal.
- 2) Nilai sign. atau signifikan atau nilai probabilitas $> 0,05$ distribusi data adalah normal.¹⁰⁶

Berdasarkan tabel One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dapat diketahui bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov untuk variabel citra toko (X1) dengan nilai $0,150 > 0,05$ maka dapat dikatakan data berdistribusi normal,

¹⁰⁶ Agus Eko Sujianto, Aplikasi Statistik..., hlm..83

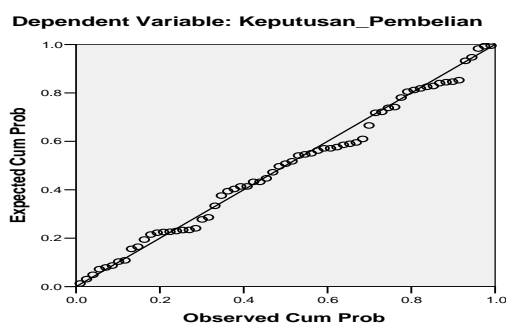
variabel gaya hidup (X2) dengan nilai $0,339 > 0,05$ maka dapat dikatakan data berdistribusi normal dan variabel keputusan pembelian (Y) dengan nilai $0,74 > 0,05$ maka dapat dikatakan data berdistribusi normal. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini yaitu citra toko, gaya hidup dan keputusan pembelian berdistribusi normal.

Selain itu, penentuan uji normalitas juga bisa menggunakan *PP-Plots* dengan ketentuan:

- 1) Apabila data menyebar dan mengikuti disekitar garis diagonal, maka distribusi normal sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Apabila data menyebar dan tidak mengikuti garis diagonal maka distribusi data tidak normal, sehingga model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.6
Hasil Uji Normalitas Data dengan P-P Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 16, 2019

Kesimpulan dari gambar 4.54 diatas adalah titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidak penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu ada hubungan linear antar variabel independent dalam model regresi. Pengujian multikolinearitas bisa dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan syarat sebagai berikut:

- 1) Jika nilai VIF > 10 dan *tolerance* < 0.1 = terdapat masalah multikolinearitas
- 2) Jika nilai VIF < 10 dan *tolerance* > 0,1 = tidak terjadi masalah multokolinearitas.

Tabel 4.54
Hasil Uji Multikolonearitas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	14.544	5.142		2.828	.006		
	Citra_Toko	.319	.106	.292	3.000	.003	.927	1.078
	Gaya_Hidup	.315	.068	.453	4.654	.000	.927	1.078

a. Dependent Variable:
Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 16, 2019

Berdasarkan tabel 4.54 di atas diketahui bahwa nilai VIF adalah:

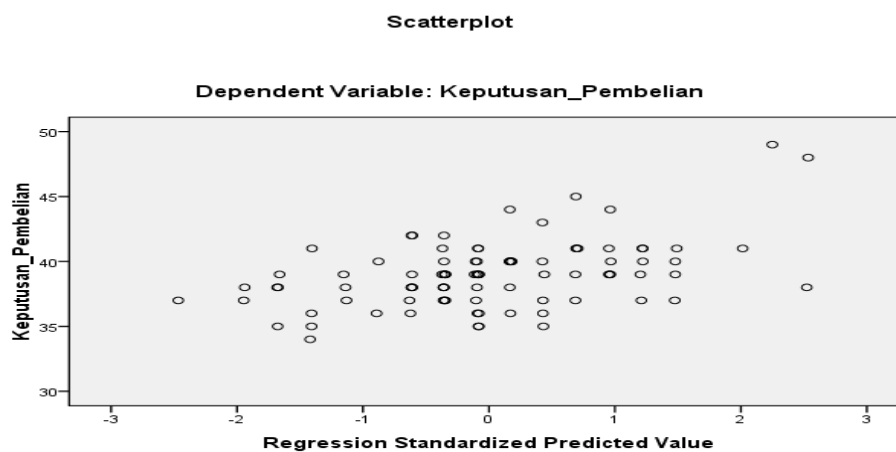
- 1) Nilai Tolerance X1 (Citra toko) $0,927 > 0,1$ serta nilai VIF 1,075
- 2) Nilai Tolerance X2 (Gaya hidup) $0,927 > 0,1$ serta nilai VIF 1,075

Maka dapat disimpulkan bahwa variabel tidak terdapat masalah multikolinearitas karena hasilnya lebih kecil dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya masalah heteroskedastisitas dengan mediagrafik, apabila grafik membentuk pola khusus model terdapat heteroskedastisitas.

Gambar 4.7
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Pengolahan Data SPSS 16, 2019

Dari hasil output scatterplot di atas di peroleh titik-titik menyebar dibawah dan diatas sumbu Y dan tidak mempunyai pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 4.55
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.468 ^a	.219	.201	2.295	1.930

a. Predictors: (Constant), Gaya_Hidup, Citra_Toko

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil Pengelahan Data SPSS 16, 2019

Berdasarkan tabel 4.60 diatas bahwa niali DW = 1.930berada diantara -2 dan +2 maka dapat diambil kesimpulan bahwa persamaan regresi di atas tidak mengalami autokorelasi.

3. Regresi Linear Berganda

Analisis ini sering kali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas.

Tabel 4.56
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.544	5.142		2.828	.006		
	Citra_Toko	.319	.106	.292	3.000	.003	.927	1.078
	Gaya_Hidup	.315	.068	.453	4.654	.000	.927	1.078

a. Dependent Variable:
Keputusan_Pembelian

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2019

Analisis data dari tabel 4.56 coefficient diatas menggambarkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

$$Y = 14,544 + 0,319 + 0,315 + e$$

Dari persamaan regresi diatas maka, dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Nilai konstans = 14,544

Nilai a = 14,544 dapat dikatakan apabila nilai $x_1 = 0$, $x_2 = 0$ maka dapat dikatakan sebagai berikut:

Ketika citra toko (X1) dan gaya hidup (X2) nilainya adalah 0 maka keputusan pembelian (Y) meningkat 14,544 atau 1,454,4%.

b. Nilai $b_1 = 0,319$ menyatakan bahwa nilai variabel citra toko (X1) dianggap tetap maka dapat dikatakan sebagai berikut:

Bahwa setiap penambahan karena tanda positif 1 citra toko, maka citra toko akan meningkat keputusan pembelian sebesar 0,319,

sebaliknya jika citra toko mengalami penurunan sebesar 1 maka keputusan pembelian diprediksi mengalami penurunan sebesar -0,319 atau 31,9%.

- c. Nilai $b_2 = 0,315$ menyatakan bahwa nilai variabel gaya hidup (X_2) dianggap tetap maka dapat dikatakan sebagai berikut:

Bahwa setiap penambahan karena tanda positif 1 citra toko, maka gaya hidup akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,315, sebaliknya jika gaya hidup mengalami penurunan sebesar 1 maka keputusan pembelian diprediksi mengalami penurunan sebesar -0,315 atau 31,5%

4. Hipotesis

a. Uji t

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent (X) secara individual mempengaruhi variabel dependent (Y).¹⁰⁷

Prosedur penelitiannya sebagai berikut:

H_0 = tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent.

H_a = ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent.

Pengambilan keputusannya ditentukan dengan cara sebagai berikut:

¹⁰⁷ Wiratna Sujarweni, Metodologi Penelitian Bisnis..., hlm. 161

Jika nilai sig > 0,05 maka menerima H_0 dan menolak H_a

Jika nilai sig < 0,05 maka menolak H_0 dan menerima H_a

Tabel 4.57
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.544	5.142		2.828	.006		
	Citra_Toko	.319	.106	.292	3.000	.003	.927	1.078
	Gaya_Hidup	.315	.068	.453	4.654	.000	.927	1.078

a. Dependent Variable:

Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 16, 2019

Menguji signifikansi konstanta pada model linear (α)

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

H_a = koefisien regresi α signifikan, jika nilai sig < 0,05 (5%)

Berdasarkan data dari tabel 4.57 diatas menunjukkan bahwa pada tabel coefficient nilai signifikan citra toko $0,003 < 0,05$ sehingga menunjukkan bahwa citra toko mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Pada t_{tabel} dengan nilai signifikansi $df=n-k=92-3=89$ maka dapat diketahui t_{tabel} adalah 1,662 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,000 > 1,662$ sehingga menunjukkan bahwa H_0 ditolak yang artinya koefisien regresi citra toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di toko busana jaya mode Kediri.

Sedangkan nilai signifikansi untuk gaya hidup $0,000 < 0,05$ dimana menunjukkan bahwa gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikansi. Pada t_{tabel} dengan signifikansi $df=n-k=92-3=89$ maka dapat diketahui t_{tabel} adalah 1,662. Untuk $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,654 > 1,662$ sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak yang berarti koefisien regresi gaya hidup berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian di toko busana jaya mode Kediri.

b. Uji F

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y).¹⁰⁸

H_0 = tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent, terhadap variabel dependent.

H_a = ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent, terhadap variabel dependent.

Pengambilan keputusan ditentukan dengan cara sebagai berikut:

Jika nilai sig $> 0,05$ maka menerima H_0 dan H_a menolak

Jika nilai sig $< 0,05$ maka menolak H_0 dan H_a menerima

¹⁰⁸ Wiratna Sujarweni, Metodologi Penelitian Bisnis..., hlm. 162

Tabel 4.58
Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	131.374	2	65.687	12.476	.000 ^a
	Residual	468.583	89	5.265		
	Total	599.957	91			

a. Predictors: (Constant), Gaya_Hidup, Citra_Toko

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Pengolahan Data SPSS 16, 2019

Dalam tabel ANOVA diatas diperoleh nilai F hitung sebesar 12,476 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan tingkat kesalahan 5% atau 0,05, sehingga nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti menolak H_0 dan menerima H_a . Dimana F tabel 3,10 yang diperoleh dari rumus F tabel = $n - k = 92 - 3$. Jadi, F hitung ($12,476 > F$ tabel (3,10) maka terdapat pengaruh signifikan antara citra toko dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian di toko busana jaya mode.

5. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel independent terhadap variabel dependent. Hasil dari uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.59
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.468 ^a	.219	.201	2.295	1.930

a. Predictors: (Constant), Gaya_Hidup, Citra_Toko

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Pengolahan Data SPSS 16, 2019

Berdasarkan tabel 4.59 diatas dapat diketahui bahwa *R Square* adalah 0,219 (21,9%). Koefisien determinasi menunjukkan bahwa 21,9% keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh citra toko dan gaya hidupsedangkan sisanya sebesar $(100 - 21,9 = 78,1 \%)$ dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

6. Uji Variabel Dominan

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui manakah variabel yang paling dominan berpengaruh antara Citra Toko (X_1) dan Gaya Hidup (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Untuk menguji variabel dominan, terlebih dahulu diketahui kontribusi masing-masing variabel dari koefisien determinasi regresi terhadap variabel terikat atau diketahui dari kuadrat korelasi variabel bebas dan terikat.

Tabel 4.60
Hasil Uji Variabel Dominan

Variabel	Standardized Koefisien Regresi β	Person Correlation	SE	SR
Citra Toko	0,292	0,170	4,9%	23%
Gaya Hidup	0,453	0,374	16,5%	77%
Jumlah			21,4%	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer 2019

Berdasarkan tabel 4.60 dapat diketahui bahwa perhitungan variabel Citra Toko (X1) memiliki sumbangan efektif sebesar 4,9% dan sumbangan relatif 23%. Sedangkan untuk Gaya Hidup (X2) sumbangan efektif sebesar 16,5% dan sumbangan relatif sebesar 77%. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh paling besar atau dominan terhadap keputusan pembelian dibandingkan dengan citra toko.