BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi cabang Tulunggagung: Jl. Raya Durenan-Bandung, Genengan, Bandung-Kabupaten Tulunggaung (Utara Stadion Bandung), Tulungggung.

b. Sejarah Toko Busana Indofashion Aziziah

Awal berdiri perusahaan dimulai tahun 2004 ketika pemilik mulai memasok berbagai macam pakaian jasa secara grosir ke pasar-pasar tradisional. Bermula dari Pasar Wage, Kediri, kemudian berlanjut ke Pasar Krian, Sidoarjo, lama kelamaan usaha penjulan pakaian secara grosir berkembang dengan cukup pesat. Akhirnya pada tahun 2009, outlet pertama berhasil diresmikan. Dimulai dari outlet Jl. K.H. Wachid Hastyim No. 212, Kediri, kemudian berlanjut outlet kedua di Blitar pada tahun 2011. Kemudian pada tahun yang sama mendirikan lagi outlet Tulungagung, dimulai dari outlet Beji yang beralamat di Jl. Ki Mangun Srkoro VI, No. 8A, Tulungagung, dan outlet di Jl. Ahmad Yani Barat No. 179, Tulunggaung.

Melihat potensi dari produk-produk yang dijual ternyata bisa diterima dengan baik oleh hampir semua kalangan, maka tahun 2013

berekspansi dengan membuka outlet baru di kecamatan Bandung, Tulungagung. Tahun 2015 outlet Pare resmi dibuka, hingga berlanjut ke outlet Prigi dan Kedunglurah, dan saat ini 2 outlet lagi sedang dalam tahap pembangunan yakni, di daerah Kamulan dan Jarakan, yang kedua-duanya berada di kawasan Trenggalek. Fokus dari perusahaan sendiri saat ini adalah menambah outlet tiap tahunnya. Tentu disertai dengan peningkatan mutu dan kualitas produk yang dijual, peningkatan pelayanan, dan aspek-aspek lain demi tercapainya kepuasan pelanggan.

Di Indofashion Aziziah Tulungagung termasuk salah satu industri fashion besar di Tulungagung dengan mempunyai cabang-cabang usaha di wilayah lain, seperti Tulungagung (Bandung dan Beji), Trenggalek (Prigi, Kedunglurah) bahkan mempunyai cabang usaha di kota lain, seperti di Kediri dan Blitar. Dengan kenaekaragaman produk-produk busana yang dijualnya dan fasilitas sarana-prasarana yang cukup memadai ada pada perusahaan tersebut.

Tidak kalah juga jumlah pekerja karyawan yang cukup banyak di Indofashion Aziziah Tulungagung. Walaupun saat ini home industri batik yang bermunculan. Tetapi Indofashion Aziziah tetap menjadi pilihan bagi masyarakat.

Jumlah Karyawan[1]
Indofashion Aziziah Tulungagung

Catatan Jumlah Karyawan	**Total karyawan Indofashion Aziziah Tulungagung**					
Tahun	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Jumlah Perorangan	15-20	15-20	20-25	20-25	20-25	25-30

c. Visi dan Misi Toko Busana Indofashion Aziziah

a) VISI

"Menjadi toko busana terlengkap dengan berbagai macam produk fashion yang berkualitas, namun tetap hemat dan terjangkau"

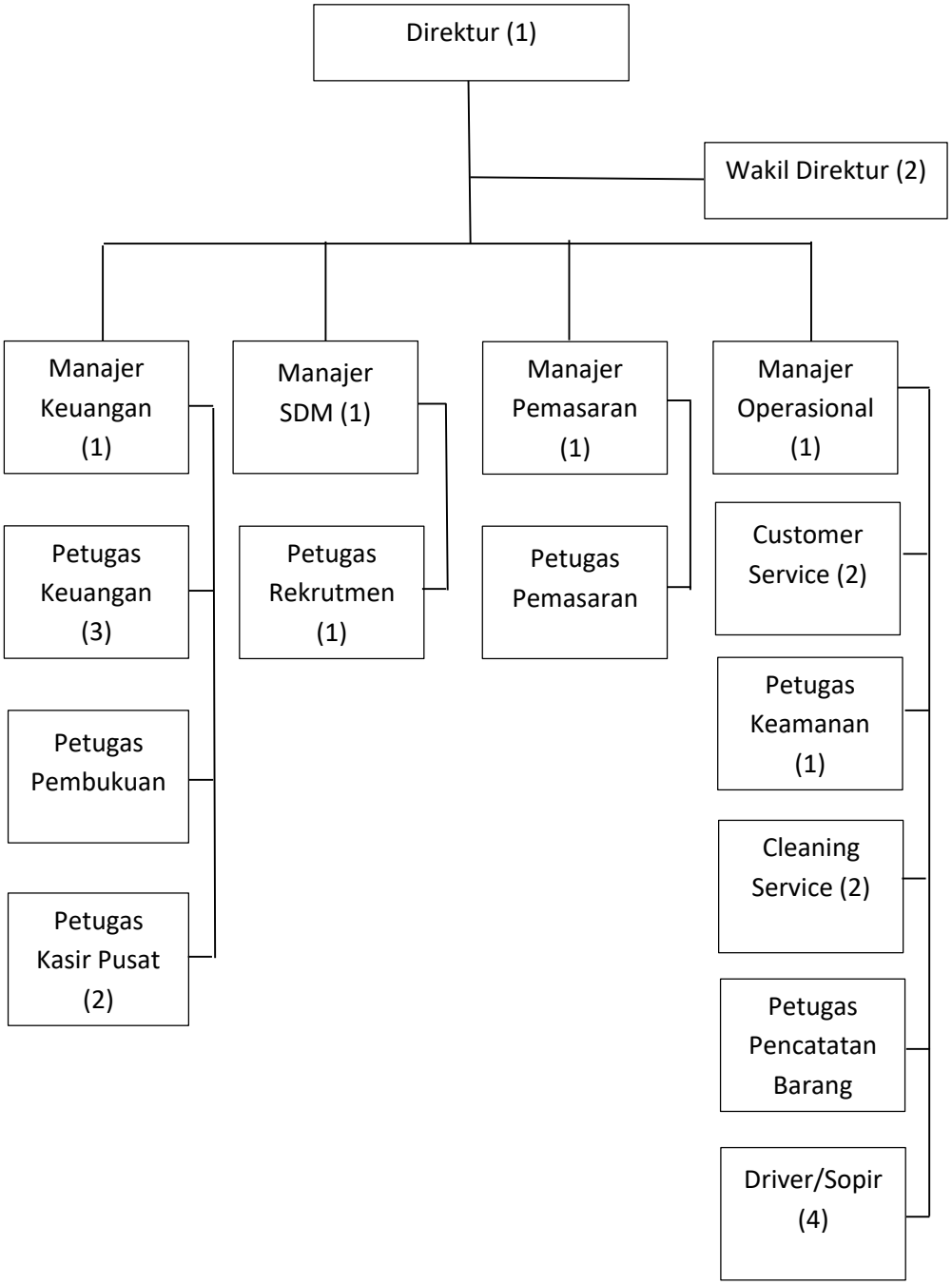
b) MISI

1. Menghadirkan berbagai produk busana yang fashionable.
2. Melengkapi kebutuhan pokok masyarakat dalam berbusana.
3. Memangkas berbagai macam jalur distribusi dengan menjalin hubungan langsung dengan produsen.

[1] Wawancara dengan Saudari Anis, kordinator Toko Aziziah Tulungagung, 29 Juni 2019, pukul. 09.00

d. Struktur Organisasi

Tabel 4.1
Srtuktur Organisasi



e. Tugas dan Wewenang

1. Direktur

   a) Keputusan penetapan investasi.

   b) Keputusan penetapan peluang bisnis.

2. Manajer Keuangan

   a) Keputusan penetapan dalam pengendalian dana.

   b) Keputusan penetapan dalam menganalisis dokumen perusahaan.

   c) Keputusan penetapan dalam pengerjaan laporan keuangan.

3. Manajer Sumber Daya Manusia

   a) Keputusan dalam memilih karyawan pada saat rekrutmen.

   b) Keputusan dalam menentukan gaji karyawan.

4. Manajer Pemasar

   a) Keputusan dalam melakukan promosi produk.

   b) Keputusan dalam menjalin hubungan dengan mitra bisnis.

5. Manajer Operasional

   a) Keputusan penetapan dalam pembagian dokumen perusahaan.

   b) Keputusan penetapan dalam meng-entri data perusahaan.

   c) Keputusan penetapan dalam pembagian koordinasi kerja

6. Kasir Pusat

   a) Melakukan pencatatan atas semua transaksi.

   b) Melakukan pencatatan kas fisik.

   c) Melaporkan catatan keuangan kepada petugas keuangan.

7. Petugas Pencatatan Barang

a) Mencatat keluar masuknya jumlah barang.

b) Mencatat barang-barang yang ada di gudang.

8. Petugas Keamanan

a) Menjaga keamanan dan ketertiban lingkungan perusahaan.

b) Mencatat nomor dan nama kendaraan serta dokumen pengiriman yang di bawa.

c) Membuka pintu gerbang pada saat ada kendaraan yang akan masuk atau keluar dari perusahaan.

9. Sopir

a) Mengirim barang ke cabang tepat waktu dan aman.

b) Memastikan kondisi kendaraan tetap prima.

c) Memastikan dokumen kendaraan (STNK, surat uji layak kendaraan, dll) dalam kondisi yang seharusnya.

f. Produk-produk

Jenis barang yang dijual oleh perusahaan adalah segala macam pakaian jadi, yang meliputi: kebutuhan pakaian pria dan wanita dewasa, anak-anak, bayi dan segala jenis perlengkapannya, aksesoris dan oleh-oleh haji, perlengkapan tidur dan lain sebagainnya.

Macam-macam produk

Jilbab	**Harga**	**Gamis**	**Harga**
Paris Plos Azzara	Rp. 12.500	Paris Plus	Rp. 108.000
Rawis Saudia	Rp. 17.000	ZAQ	Rp. 110.000
Red Rose	Rp. 19.000	Elrasi	Rp. 125.000
Yeffa	Rp. 26.000	Kedjora	Rp. 130.000
Melia	Rp. 27.000	Ellisa	Rp. 130.000

Instan Yulian	Rp. 37.000	Ratu Balad	Rp. 143.000
Instan Gladia	Rp. 38.000	Zie	Rp. 143.000
Instan Azlia	Rp. 40.000	Rizal	Rp. 155.000
Abie Scraf	Rp. 43.000	VS	Rp. 165.000
Instan Naura	Rp. 65.000	Inspired	Rp. 175.000

Sumber: Data Primer, toko Indofashion Aziziah Tulungagung, 2019

Dalam toko ini menjual produknya dengan harga yang cukup murah, dan juga produk yang berkualitas, karena produk mengambil langsung dari pusatnya yaitu yang berlokasi di Kedunglurah, sehingga harga bersaing model diperbarui setiap minggunya. Di toko Aziziah ini juga menyediakan busana grosir untuk para reseller.

B. Deskripsi Jawaban Responden

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Penyebaran angket didapat langsung dari responden dengan cara menyebarkan kuosioner kepada konsumen Toko Indofashion Aziziah. Penyebaran kuesioner berlangsung selama tiga hari, dengan jumlah 57 responden.

Penelitian ini menguraikan mengenai pengaruh harga, kualitas produk dan tempat terhadap keputusan konsumen berbelanja busana muslim (study kasus pada Indofashion Aziziah Tulungagung). Hal ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, kualitas produk dan tempat terhadap keputusan konsumen berbelanja busana

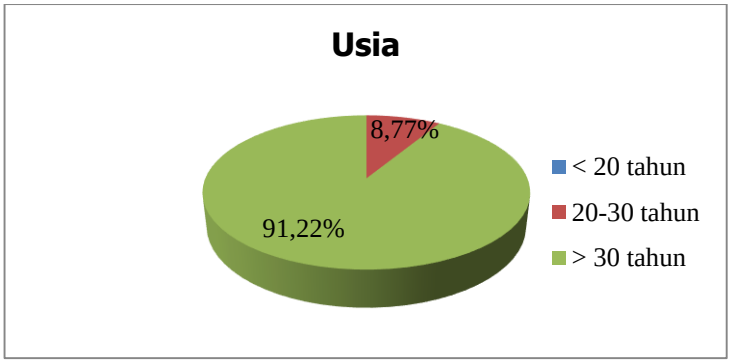
muslim (study kasus pada Indofashion Aziziah Tulungagung). Dalam penelitian ini, diambil sebanyak 57 konsumen sampel penelitian. Karakteristik responden yaitu menguraikan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan. Deskripsi responden digunakan untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Salah satu tujuan dengan deskripsi karaktersitik responden adalah memberikan gambaran yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Dalam hal ini peneliti membagi karakteristik responden menjadi:

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Pengelompokan responden berdasarkan usia dibagi menjadi tiga yaitu: < 20 Tahun, 20 – 30 Tahun, > 30 Tahun. Pengelompokan responden konsumen toko Indofashion Aziziah Tulungagung berdasarkan usia adalah sebagai berikut :

Gambar 4.1

Data Responden Berdasarkan Usia



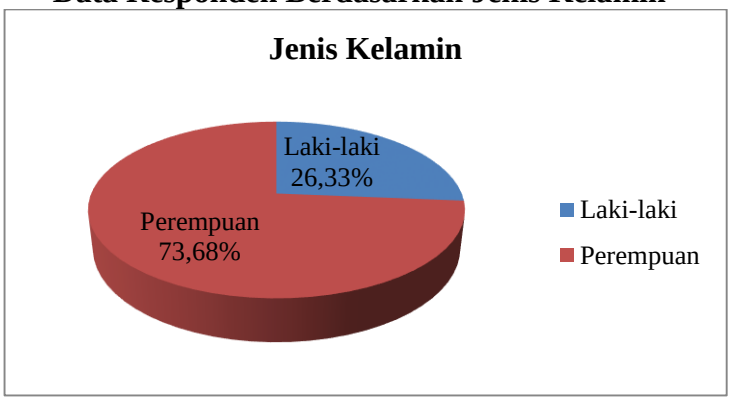
Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Dari gambar 4.2 diatas bahwa usia konsumen toko Indofashion Aziziah Tulungagung responden didominasi pada usia lebih dari 30 Tahun atau 91,22%, 5 orang berusia 20-30 Tahun atau 8,77%.

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengelompokkan responden berdasarkan jenis kelamin konsumen toko Indofashion Aziziah Tulungagung adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



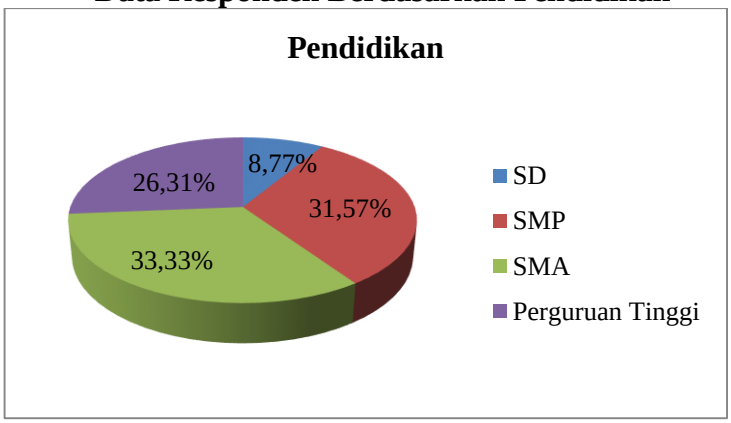
Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Dari gambar diatas 4.3 bahwa jenis konsumen toko Indofashion Aziziah Tulungagung responden didominasi oleh laki-laki yaitu sebanyak 15 orang atau 26,31%, sedangkan responden perempuan berjumlah 42 orang atau %.73,68

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

Pengelompokan responden berdasarkan pendidikan dibagi menjadi lima kategori, yaitu SD, SMP, SMA, Perguruan Tinggi dan yang lainnya. Pengelompokan responden konsumen toko Indofashion Aziziah Tulungagung berdasarkan pendidikan adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3
Data Responden Berdasarkan Pendidikan



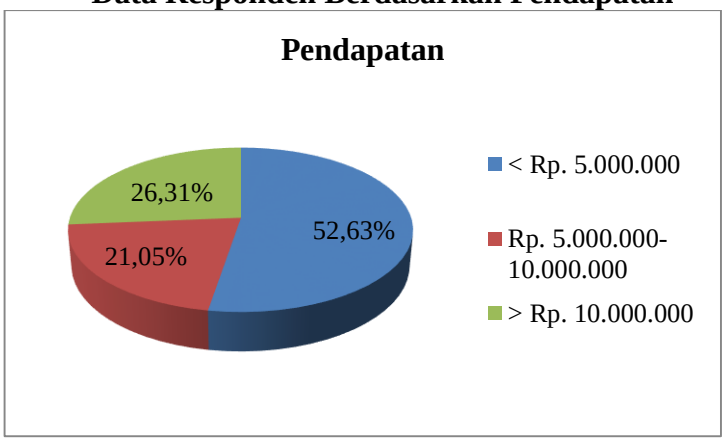
Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Dari tabel diatas 4.4 bahwa jumlah yang paling banyak pendidikan terakhir responden adalah SMA yaitu sebesar 19 orang atau 33,33%, SMP sebanyak 18 orang atau 31,57%, Perguruan tinggi yaitu sebesar 15 orang atau 26,31%, dan SD yaitu sebesar 5 orang atau %.8,77.

4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan

Pengelompokan responden berdasarkan pendapatan dibagi menjadi tiga kategori, yaitu < Rp.5.000.000, Rp. 5.000.000 – 10.000.000, dan > Rp. 10.000.000. Pengelompokan responden konsumen toko Indofashion Aziziah Tulungagung berdasarkan pendapatan adalah sebagai berikut:

Gambar 4.4
Data Responden Berdasarkan Pendapatan



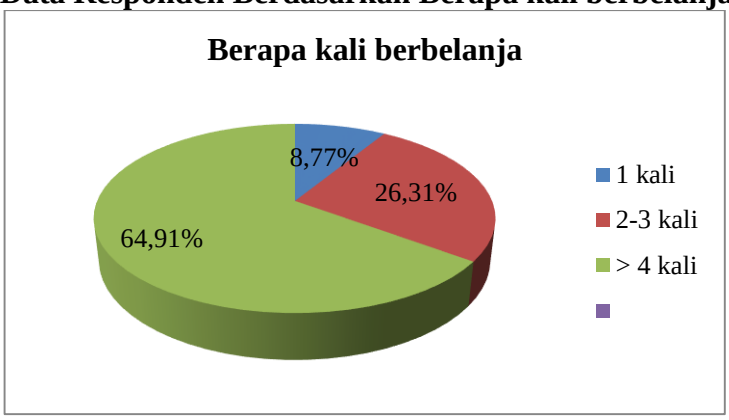
Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Dari gambar 4.4 diatas jumlah pendapatan paling banyak adalah sebesar pendapatan < Rp. 20.000.000 adalah sebesar 30 orang atau 52,63% dari pendapatan Rp. 5.000.000 – 10.000.000 yaitu sebesar 12 orang atau 21,05%, dan yang yang lebih dari > Rp. 10.000.000 adalah sebesar 15 orang atau 26,31%.

5. Deskripsi Responden Berdasarkan berapa kali berbelanja

Pengelompokan responden berdasarkan berapa kali berbelanja dibagi menjadi tiga kategori, yaitu 1 kali, 2-3 kali, > 4 kali. Pengelompokkan responden konsumen toko Indofashion Aziziah Tulungagung berdasarkan pendapatan adalah sebagai berikut:

Gambar 4.5
Data Responden Berdasarkan Berapa kali berbelanja



Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Dari gambar 4.6 diatas jumlah konsumen yang berbelanja paling banyak adalah > 4 kali adalah sebanyak 37 orang atau 64,91% dan 2-3 kali yaitu sebanyak 15 orang atau 26,31,%, dan yang yang satu kali yaitu sebanyak 5 orang atau 8,77%.

C. Deskripsi Variabel

Dari angket yang peneliti sebarkan kepada responden yang terdiri dari 20 penyataan dan terbagi menjadi 4 kategori yaitu:

1. 5 pernyataan digunakan untuk mengetahui pengaruh harga (X1).
2. 5 pernyataan digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (X2)
3. 5 pernyataan digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas tempat (X3).
4. 5 pernyataan digunakan untuk mengetahui pengaruh keputusan konsumen (Y).

Hasil jawaban dari peneliti peroleh dari responden sebagaimana dipaparkan pada tabel berikut:

Pernyataan No 1 : Harga terjangkau (X1.1)

Tabel 4.3 Variabel Harga (X1)
Pernyataan X1.1

No	Keterangan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	17	29,82%	85
2	Setuju	4	39	68,42%	156
3	Kurang setuju	3	1	1,75%	3
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
	Total		**57**	**100%**	**241**
Rata – Rata Score					**4,2**

Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa 57 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 39 atau 68,42% dan nilai sangat setuju sebanyak 17 atau 29,82, nilai terendah menyatakan kurang setuju sebanyak 1 atau 1,75%. Sedangkan pernyataan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden cenderung sangat setuju jika harga harga terjangkau.

Pernyataan No 2: Harga relatif murah dibandingkan toko-toko lain (X1.2)

Tabel 4.4 Variabel Harga
Peryataan X1.2

No	Keterangan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	15	26,31%	75
2	Setuju	4	38	66,66%	152
3	Kurang setuju	3	4	7,01%	12
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
	Total		**57**	**100%**	**239**
Rata – Rata Score					**4,1**

Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa 57 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 38 atau 66,66% dan nilai sangat setuju sebanyak 15 atau 26,31, dan nilai terendah menyatakan kurang setuju sebanyak 4 atau 7,01%. Sedangkan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden cenderung setuju jika harga relatif murah dibandingkan toko-toko lain.

Pernyataan No 3: Harga cukup bersaing dengan produk sejenis di tempat lain (X1.3)

Tabel 4.5 Variabel Harga
Peryataan X1.3

No	Keterangan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	15	26,31%	75
2	Setuju	4	38	66,66%	152
3	Kurang setuju	3	4	7,01%	12
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
	Total		**57**	**100%**	**239**
Rata – Rata Score					**4,1**

Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa 57 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 38 atau 66,66% dan nilai sangat setuju sebanyak 15 atau 26,31, dan nilai terendah menyatakan kurang setuju sebanyak 4 atau 7,01%. Sedangkan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden cenderung setuju jika harga cukup bersaing dengan produk sejenis di tempat lain.

Pernyataan No 4: Harga sesuai harapan saya (X1.4)

Tabel 4.6 Variabel Harga
Pernyataan X1.4

No	Keterangan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	13	22,80%	65
2	Setuju	4	38	66,66%	152
3	Kurang setuju	3	6	10,52%	18
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
	Total		**57**	**100%**	**235**
Rata – Rata Score					**4,1**

Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa dari 57 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 38 atau 66,66%, nilai sangat setuju sebanyak 13 atau 22,80% dan nilai terendah menyatakan sangat setuju sebanyak 6 atau 10,52%. Sedangkan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden setuju jika harga sesuai dengan harapan saya.

Pernyataan No 5: Harga sesuai dengan manfaat yang saya rasakan (X1.5)

Tabel 4.7 Variabel Harga
Pernyataan X1.5

No	Keterangan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	16	28,07%	80
2	Setuju	4	38	66,66%	152
3	Kurang setuju	3	3	5,26%	9
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
	Total		**57**	**100%**	**241**
Rata – Rata Score					**4,2**

Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa dari 57 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 38 atau 66,66%, nilai sangat setuju sebanyak 17 atau 28,07% dan nilai terendah menyatakan sangat setuju sebanyak 3 atau 5,26%. Sedangkan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden setuju jika harga sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dapat digambarkan rata-rata pilihan responden berkaitan dengan variabel harga (X1) sebagai berikut:

Tabel 4.8 Rata-rata Pilihan Responden Variabel Harga (X1)

Pernyataan	Total Skor	Rata-rata Skor
Harga di Toko Indofashion Aziziah terjangkau	241	4,2
Harga di Toko Aziziah relatif lebih murah dibandingkan toko-toko lain.	239	4,1
Harga di Toko Aziziah cukup bersaing dengan produk sejenis di tempat lain	239	4,1
Harga di Toko Aziziah sesuai dengan harapan saya	235	4,1
Harga di Toko Aziziah sesuai dengan manfaat yang saya rasakan	241	4,2
Jumlah Nilai Skor	**1195**	**20,7**
Rata – Rata Nilai Skor	**239**	**4,14**

Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.8 mengenai tanggapan responden tentang harga diketahui bahwa total skor tertinggi pada penyataan bahwa harga terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang dirasakan (X1.1) dengan skor total 241 atau 4,2 sedangkan total terendah adalah pada pernyataan harga sesuai dengan harapan saya (X1.2) dengan total skor sebanyak 235 atau dengan rata-rata 4,1.

Pernyataan No 6: Produk sempurna dan bebas dari cacat (X2.1)

Tabel 4.9 Variabel Kualitas Produk
Pernyataan (X2.1)

No	Keterangan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	38	66,66%	190
2	Setuju	4	15	26,31%	60
3	Kurang setuju	3	4	7,01%	12
4	Tidak Setuju	5	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	4	0	0	0
	Total		**57**	**100%**	**262**
Rata – Rata Score					**4,5**

Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa dari 57 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 38 atau 66,66%, dan nilai terendah menyatakan bahwa kurang setuju sebanyak 4 atau 7,01 %. Sedangkan pernyataan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden secara cenderung setuju jika produk sempurna dan beabas dari cacat.

Penyataan No 7: Produk mempunyai daya tahan produk yang awet (X2.2)

Tabel 4.10 Variabel Kualitas Produk
Pernyataan (X2.2)

No	Keterangan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	38	66,66%	190
2	Setuju	4	13	22,80%	52
3	Kurang setuju	3	6	10,52%	18
4	Tidak Setuju	5	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	4	0	0	0
	Total		**57**	**100%**	**260**
Rata – Rata Score					**4,5**

Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa dari 57 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 38 atau 66,66%, dan nilai terendah menyatakan bahwa kurang setuju sebanyak 6 atau 10,52%. Sedangkan pernyataan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden secara cenderung setuju dengan pernyataan produk mempunyai daya tahan produk yang awet.

Pernyataan No 8: Kualitas produk sesuai dengan yang saya harapkan (X2.3)

Tabel 4.11 Variabel Kualitas Produk Pernyataan (X2.3)

No	Keterangan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	28	49,12%	140
2	Setuju	4	26	45,61%	104
3	Kurang setuju	3	2	3,50%	6
4	Tidak Setuju	5	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	4	0	0	0
	Total		**57**	**100%**	**250**
Rata – Rata Score					**4,3**

Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa dari 57 responden, nilai tertinggi yang menyatakan sangat setuju sebanyak 28 atau 49,12%, dan nilai terendah menyatakan bahwa kurang setuju sebanyak 2 atau 3,50% Sedangkan pernyataan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden secara cenderung setuju dengan pernyataan kualitas produk sesuai dengan yang saya harapkan.

Pernyataan No 9: Produk memiliki desain menarik konsumen (X2.4)

Tabel 4.12 Variabel Kualitas Produk Pernyataan (X2.4)

No	Keterangan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	25	43,85%	125
2	Setuju	4	27	47,36%	108
3	Kurang setuju	3	5	8,77%	15
4	Tidak Setuju	5	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	4	0	0	0
	Total		**57**	**100%**	**248**
Rata – Rata Score					**4,3**

Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui bahwa dari 57 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 27 atau 47,36%, dan nilai terendah menyatakan bahwa kurang setuju sebanyak 5 atau 8,77%. Sedangkan pernyataan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden secara cenderung setuju dengan pernyataan produk memiliki desain yang menarik konsumen.

Pernyataan No 10 : Toko menyediakan berbagai macam produk yang bervariasi (X2.5)

Tabel 4.13 Variabel Kualitas Produk Pernyataan (X2.5)

No	Keterangan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	30	52,63%	150
2	Setuju	4	23	40,35%	92
3	Kurang setuju	3	4	7,01%	12
4	Tidak Setuju	5	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	4	0	0	0
	Total		**57**	**100%**	**254**
Rata – Rata Score					**4,4**

Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui bahwa dari 57 responden, nilai tertinggi yang menyatakan sangat setuju sebanyak 30 atau 52,63%, dan nilai terendah menyatakan bahwa kurang setuju sebanyak 4 atau 7,01%. Sedangkan pernyataan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden secara cenderung setuju dengan pernyataan bahwa toko menyediakan berbagai macam produk yang bervariasi.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dapat digambarkan rata-rata pilihan responden berkaitan dengan variabel Kualitas Produk (X2) sebagai berikut:

Tabel 4.14 Rata-rata Pilihan Responden Variabel Kualitas Produk (X2)

Pernyataan	Total Skor	Rata-rata Skor
Produk di Toko Aziziah sempurna dan bebas dari cacat	262	4,5
Produk di Toko Aziziah mempunyai daya tahan produk yang awet	260	4,5
Kualitas produk di toko Aziziah sesuai dengan yang saya harapkan	250	4,3
Produk di toko Aziziah memiliki desain yang menarik konsumen	248	4,3
Toko Aziziah menyediakan berbagai macam produk yang bervariasi	254	4,4
Jumlah Nilai Skor	**1274**	**22**
Rata – Rata Nilai Skor	**254,8**	**4,4**

Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.14 mengenai tanggapan responden tentang kualitas produk diketahui bahwa total skor tertinggi pada penyataan produk sempurna dan bebas cacat (X2.5) dengan skor total 262 atau 4,5 sedangkan total

terendah adalah pada pernyataan produk memiliki desain menarik konsumen (X2.2) dengan total skor sebanyak 248 atau dengan rata-rata 4,3.

Pernyataan No 11: Tempat/lokasi mudah diakse oleh transportasi umum (X3.1)

Tabel 4.15 Variabel Tempat Pernyataan (X3.1)

No	Keterangan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	28	49,12%	140
2	Setuju	4	28	49,12%	140
3	Kurang setuju	3	1	1,75%	3
4	Tidak Setuju	5	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	4	0	0	0
	Total		**57**	**100%**	**283**
Rata – Rata Score					**4,9**

Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui bahwa dari 57 responden, nilai tertinggi yang menyatakan sangat setuju dan setuju sama sebanyak 28 atau 49,12%, dan nilai terendah menyatakan bahwa kurang setuju sebanyak 1 atau 1,75%. Sedangkan pernyataan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden secara cenderung setuju dengan pernyataan tempat/lokasi mudah diakses oleh transportasi umum.

Pernyataan No 12: Tempat/lokasi dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal (X3.2)

Tabel 4.16 Variabel Tempat Pernyataan (X3.2)

No	Keterangan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	26	45,61%	130
2	Setuju	4	28	49,12%	112

3	Kurang setuju	3	2	3,50%	6
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
	Total		**57**	**100%**	**248**
Rata – Rata Score					**4,3**

Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.16 diketahui bahwa dari 57 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 28 atau 49,12%, dan nilai terendah menyatakan bahwa kurang setuju sebanyak 2 atau 3,50%. Sedangkan pernyataan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden secara cenderung setuju dengan pernyataan tempat/lokasi dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.

Pernyataan No 13: Tempat parkir yang nyaman (X3.3)

Tabel 4.17 Variabel Tempat Pernyataan (X3.3)

No	Keterangan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	17	29,82%	85
2	Setuju	4	36	63,15%	144
3	Kurang setuju	3	4	7,01%	12
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
	Total		**57**	**100%**	**241**
Rata – Rata Score					**4,2**

Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.17 diketahui bahwa dari 57 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 36 atau 63,15%, dan nilai terendah menyatakan bahwa kurang setuju sebanyak 4 atau 7,01%. Sedangkan pernyataan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya

responden secara cenderung setuju dengan pernyataan tempat parkir yang nyaman.

Pernyataan No 14: Tersedianya tempat yang luas untuk perluasan di kemudian hari (X3.4)

Tabel 4.18 Variabel Tempat Pernyataan (X3.4)

No	Keterangan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	13	22,80%	65
2	Setuju	4	38	66,66%	152
3	Kurang setuju	3	6	10.52%	18
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
	Total		**57**	**100%**	**235**
Rata – Rata Score					**4,1**

Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.18 diketahui bahwa dari 57 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 38 atau 66,66%, dan nilai terendah menyatakan bahwa kurang setuju sebanyak 6 atau 10,52%. Sedangkan pernyataan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden secara cenderung setuju dengan pernyataan tersedianya tempat yang luas untuk perluasan di kemudian hari.

Peryataan No 15: Toko Aziziah berdekatan dengan tepat usaha/perbelanjaan lain (X3.5)

Tabel 4.19 Variabel Tempat Pernyataan (X3.5)

No	Keterangan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	11	19,29%	55

2	Setuju	4	39	68,42%	156
3	Kurang setuju	3	7	12,28%	21
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
	Total		**57**	**100%**	**232**
Rata – Rata Score					**4,0**

Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.19 diketahui bahwa dari 57 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 69 atau 68,42%, dan nilai terendah menyatakan bahwa kurang setuju sebanyak 7 atau 12,28%. Sedangkan pernyataan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden secara cenderung setuju dengan pernyataan toko Aziziah berdekatan dengan tempat usaha/perbelanjaan lain.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dapat digambarkan rata-rata pilihan responden berkaitan dengan variabel tempat (X3) sebagai berikut:

Tabel 4.20 Rata-rata Pilihan Responden Variabel Tempat (X3)

Pernyataan	**Total Skor**	**Rata-rata Skor**
Tempat/lokasinya mudah diakses oleh transportasi umum.	283	4,9
Tempat/lokasi dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal	248	4,3
Tempat parkir yang nyaman	241	4,2
Tersedianya tempat yang luas untuk perluasan di kemudian hari.	235	4,1
Toko Aziziah berdekatan dengan tempat usaha/perbelanjaan lain	232	4,0
Jumlah Nilai Skor	**1239**	**21,5**
Rata – Rata Nilai Skor	**247,8**	**4,3**

Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.20 mengenai tanggapan responden tentang pendapatan diketahui bahwa total skor tertinggi pada penyataan tempat/lokasinya mudah diakses oleh transportasi umum dengam skor total 283 atau 4,9 (X3.1) sedangkan total terendah adalah pada pernyataan Toko Aziziah berdekatan dengan tempat usaha/perbelanjaan lain (X3.5) dengan total skor sebanyak 232 atau dengan rata-rata 4,0.

Pernyataan No 16: Saya memilih produk di toko Aziziah karena sesuai dengan kebutuhan (Y.1)

Tabel 4.21 Variabel Keputusan konsumen Pernyataan (Y.1)

No	Keterangan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	10	17,54%	50
2	Setuju	4	38	66,66%	152
3	Kurang setuju	3	9	15,78%	3
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
	Total		**57**	**100%**	**205**
Rata – Rata Score					**3,5**

Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.21 diketahui bahwa dari 57 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 38 atau 66,66%, dan nilai terendah menyatakan bahwa kurang setuju sebanyak 9 atau 15,78%. Sedangkan pernyataan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden secara cenderung setuju dengan pernyataan saya memilih produk di toko Aziziah karena sesuai dengan kebutuhan saya.

Pernyataan No 17: Saya akan mencari informasi tentang produk di toko Aziziah sebelum membeli produknya (Y.2)

Tabel 4.22 Variabel Keputusan Komsumen Pernyataan (Y.2)

No	Keterangan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	25	43,85%	125
2	Setuju	4	28	49,12%	112
3	Kurang setuju	3	4	7,01%	12
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
	Total		**57**	**100%**	**249**
Rata – Rata Score					**4,3**

Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.22 diketahui bahwa dari 57 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 28 atau 49,12%, dan nilai terendah menyatakan bahwa kuramg setuju sebanyak 4 atau 7,01%. Sedangkan pernyataan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden secara cenderung setuju dengan pernyataan saya akan mencari informasi tentang produk di toko Aziziah sebelum membeli produknya.

Pernyataan No 18: Saya tertarik memilih produk di toko Aziziah karena teman dan keluarga saya banyak yang menggunakannya (Y.3)

Tabel 4.23 Variabel Keputusan Konsumen Pernyataan (Y.3)

No	Keterangan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	24	42,10%	120
2	Setuju	4	31	54,38%	124
3	Kurang setuju	3	2	3,50%	6

4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
	Total		**57**	**100%**	**250**
Rata – Rata Score					**4,3**

Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.23 diketahui bahwa dari 57 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 31 atau 54,38%, dan nilai terendah menyatakan bahwa sangat setuju sebanyak 2 atau 3,50%. Sedangkan pernyataan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden secara cenderung setuju dengan pernyataan saya tertarik memilih produk di toko Aziziah karena teman dan keluarga saya banyak yang menggunakannya.

Pernyataan No 19: Saya memilih produk di toko Aziziah karena sangat bermanfaat (Y.4)

Tabel 4.24 Variabel Keputusan konsumen
Pernyataan (Y.4)

No	Keterangan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	28	49,12%	140
2	Setuju	4	29	57,70%	116
3	Kurang setuju	3	2	3,50%	6
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
	Total		**57**	**100%**	**262**
Rata – Rata Score					**4,5**

Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.24 diketahui bahwa dari 57 responden, nilai tertinggi yang menyatakan sangat setuju sebanyak 28 atau 49,12%, dan nilai terendah menyatakan bahwa kurang setuju sebanyak 2 atau 3,50%. Sedangkan pernyataan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden

secara cenderung setuju dengan pernyataan saya memilih produk di toko Aziziah karena sangat bermanfaat.

Pernyataan No 20: Saya akan terus menggunakan produk di toko Aziziah hingga masa mendatang (Y.5)

Tabel 4.25 Variabel Kepuasan Konsumen Pernyataan (Y.5)

No	Keterangan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	24	42,10%	120
2	Setuju	4	29	50,87%	116
3	Kurang setuju	3	5	8,77%	15
4	Tidak Setuju	2	0	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
	Total		**57**	**100%**	**251**
Rata – Rata Score					**4,4**

Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.25 diketahui bahwa dari 57 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 29 atau 50,87%, dan nilai terendah menyatakan bahwa kurang setuju sebanyak 5 atau 8,77%. Sedangkan pernyataan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden secara cenderung setuju dengan pernyataan saya akan terus menggunakan produk di toko Aziziah hingga masa mendatang.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dapat digambarkan rata-rata pilihan responden berkaitan dengan variabel keputusan konsumen (Y) sebagai berikut:

Tabel 4.26 Rata-rata Pilihan Responden Variabel pendapatan (Y)

Pernyataan	Total Skor	Rata-rata Skor
Saya memilih produk di toko Aziziah karena sesuai dengan kebutuhan	205	3,5
Saya akan mencari informasi tentang produk di toko Aziziah sebelum membeli produknya	249	4,3
Saya tertarik memilih produk di toko Indofashion Aziziah karena teman dan keluarga saya banyak yang menggunakannya.	250	4,3
Saya memilih produk di toko Aziziah karena sangat bermanfaat	262	4,5
Saya akan terus menggunakan produk di toko Aziziah hingga masa mendatang	251	4,4
Jumlah Nilai Skor	**1217**	**21**
Rata – Rata Nilai Skor	**243,4**	**4,2**

Sumber : Data primer sudah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.26 mengenai tanggapan responden tentang pendapatan diketahui bahwa total skor tertinggi pada penyataan saya memilih produk di toko Aziziah karena sangat bermanfaat (Y.4) dengan skor total 262 atau 4,5 sedangkan total terendah adalah pada pernyataan saya memilih produk di toko Aziziah karena sesuai dengan kebutuhan (Y.1) dengan total skor sebanyak 205 atau dengan rata-rata 3,5.

D. Pengujian Hasil Hipotesis

1. Uji Keabsahan Data

a. Uji Validitas

Uji validasi digunakan untuk menguji kevalidan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Tinggi

rendah validitas suatu angket atau kuesioner dihitung dengan menggunakan metode *Pearson,s Product Moment Corelation*, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total. Jika r hitung > r tabel pada taraf signifikan 5% maka data dinyatakan valid. Sebaliknya apabila r hitung < r tabel maka dinyatakan tidak valid.

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan dengan bantuan program spss 22.0 yaitu dengan jumlah responden 57 orang dan item pertanyaan sebanyak 20 butir menggunakan skala likert diperoleh hasil sebagai berikut:

1) Harga

Tabel 4.27
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1)

No	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	X1.1	0,840	0,3385	Valid
2	X1.2	0,910	0,3385	Valid
3	X1.3	0,903	0,3385	Valid
4	X1.4	0,864	0,3385	Valid
5	X1.5	0,622	0,3385	Valid

Sumber: Data primer sudah diolah SPSS 22.0

Berdasarkan tabel di atas, untuk menguji kevalidan dengan membandingkan antara r_{hitung} dan r_{tabel}. Dengan jumlah df= n – 2 = 57 – 2 = 55 pada taraf signifikan 10% sebesar . Kesimpulan menunjukan r_{hitung} tiap pertanyaan lebih besar dari r_{tabel}, maka pernyataan variabel harga (X1) tersebut dinyatakan valid.

2) Kualitas Produk

Tabel 4.28
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)

No	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	X2.1	0,750	0,3385	Valid
2	X2.2	0,835	0,3385	Valid
3	X2.3	0,876	0,3385	Valid
4	X2.4	0,720	0,3385	Valid
5	X2.5	0,904	0,3385	Valid

Sumber: Data primer sudah diolah SPSS 22.0

Berdasarkan tabel diatas, diketahui hasil r hitung tiap pertanyaan pada variabel tenaga kerja (X2). Untuk menguji kevalidan dengan membandingkan antara r_{hitung} dan r_{tabel}. Diketahui r tabel jumlah df= n – 2 = 57 – 2 = 55 pada taraf signifikan 10% sebesar. Kesimpulan menunjukan bahwa r_{hitung} tiap pertanyaan lebih besar dari r_{tabel} pada taraf signifikan 10%. Maka pertanyaan variabel kualitas produk (X2) tersebut dikatakan valid.

3). Tempat

Tabel 4.29
Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan (X3)

No	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	X3.1	0,569	0,3385	Valid
2	X3.2	0,518	0,3385	Valid
3	X3.3	0,579	0,3385	Valid
4	X3.4	0,594	0,3385	Valid
5	X3.5	0,553	0,3385	Valid

Sumber: Data primer sudah diolah SPSS 22.0

Berdasarkan tabel diatas, diketahui hasil r hitung tiap pertanyaan pada variabel tempat (X3). Untuk menguji kevalidan dengan membandingkan antara r_{hitung} dan r_{tabel}. Diketahui r_{tabel}

dengan jumlah df = n – 2 = 57 – 2 = 55 pada taraf signifikan 10% sebesar. Kesimpulan menunjukan bahwa r_{hitung} tiap pernyataan lebih besar dari r_{tabel} pada taraf signifikan 10%, maka pernyataan variabel tempat (X3) tersebut dikatakan valid.

4). Keputusan Konsumen

Tabel 4.30
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan konsumen (Y)

No	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	Y.1	0,646	0,3385	Valid
2	Y.2	0,881	0,3385	Valid
3	Y.3	0,936	0,3385	Valid
4	Y.4	0,925	0,3385	Valid
5	Y.5	0,525	0,3385	Valid

Sumber: Data primer sudah diolah SPSS 22.0

Berdasarkan tabel diatas, diketahui hasil r hitung tiap pertanyaan pada variabel keputusan konsumen (Y). Untuk menguji kevalidan dengan membandingkan antara r_{hitung} dan r_{tabel}. Diketahui r_{tabel} dengan jumlah df = n – 2 = 57 – 2 = 55 pada taraf signifikan 10% sebesar. Kesimpulan menunjukan bahwa r_{hitung} tiap pernyataan lebih besar dari r_{tabel} pada taraf signifikan 10%, maka pernyataan variabel keputusan konsumen (Y) tersebut dikatakan valid.

b. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontruk-kontruk pertanyaan dalam kuesioner. 2 Uji reliabilitas dengan

[2] Ali Mauludi, Teknik Belajar Stastistika 2, (Jakarta : Alim's Publishing, 2017), hal 250

menggunakan metode Alpha Cronbach's diukur berdasarkan skala Alpha Cronbach's 0 sampai 1. Skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1) Nilai alpha cronbach's 0,00 s.d. 0,20 berarti kurang reliable
2) Nilai alpha cronbach's 0,21 s.d. 0,40 berarti agak reliable
3) Nilai alpha cronbach's 0,42 s.d. 0,60 berarti cukup reliable
4) Nilai alpha cronbach's 0,61 s.d. 0,80 berarti reliable
5) Nilai alpha cronbach's 0,81 s.d. 1,00 berarti sangat reliable.

Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Alpha Cronbach's > dari 0,60. Kuesioner dinyatakan reliable jika mempunyai nilai koefisien alpha yang lebih besar dari 0,60.

Berdasarkan hasil uji reabilitas dengan menggunakan program SPSS 22.0, sebagai berikut:

Tabel 4.31
Hasil Uji Reabilitas Harga (X1)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.813	6

Sumber: Data primer sudah diolah SPSS 22.0

Berdasarkan penguji pada tabel uji reabilitas diatas, diketahui bahwa nilai *Croanbach's Alpha* variabel harga lebih besar dari 0,61 yaitu 0.813 > 0,61, ini berarti variabel harga reliable.

Tabel 4.32
Hasil Uji Reabilitas Kualitas Produk (X2)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.810	6

Sumber: Data primer sudah diolah SPSS 22.0

Berdasarkan penguji pada tabel uji reabilitas diatas, diketahui bahwa nilai *Croanbach's Alpha* variabel kualitas produk lebih besar dari 0,61 yaitu 0,810 > 0,61, ini berarti variabel kualitas produk reliable.

Tabel 4.33
Hasil Uji Reabilitas Tempat (X3)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.710	6

Sumber: Data primer sudah diolah SPSS 22.0

Berdasarkan penguji pada tabel uji reabilitas diatas, diketahui bahwa nilai *Croanbach's Alpha* variabel tempat lebih besar dari 0,61 yaitu 0.710 > 0,61, ini berarti variabel tempat reliable.

Tabel 4.34
Hasil Uji Reabilitas Keputusan Konsumen (Y)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.800	6

Sumber: Data primer sudah diolah SPSS 22.0

Berdasarkan penguji pada tabel uji reabilitas diatas, diketahui bahwa nilai *Croanbach's Alpha* variabel keputusan konsumen lebih besar dari 0,61 yaitu 0.800 > 0,61, ini berarti variabel keputusan konsumen reliable.

Berdasarkan hasil uji analisis keabsahan data menunjukkan hasil data kuesioner responden dinyatakan valid dan reabel untuk selanjutnya dilakukan uji analisis regresi.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data tersebut memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Dalam melakukan uji normalitas data dapat menggunakan pendekatan Kolmogorov Smirnov. Kriteria pengambilan keputusan dengan pendekatan Kolmogorov Smirnov adalah jika nilai Sig atau signifikan < 0,01 distribusi data adalah tidak normal dan jika nilai Sig atau signifikan > 0,01 distribusi data adalah normal.

Tabel 4.34
Hasil Uji Data Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		57
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.02375663
Most Extreme Differences	Absolute	.118
	Positive	.118
	Negative	-.104
Kolmogorov-Smirnov Z		.895
Asymp. Sig. (2-tailed)		.400

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data primer sudah diolah SPSS 22.0

Berdasarkan tabel diatas Asymp. Sig. (2-tailed) tertulis nilai 0,400. Dari hasil tersebut dapat disimpulakan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu 0,400 > dari 0,01 artinya distribusi data tersebut adalah normal.

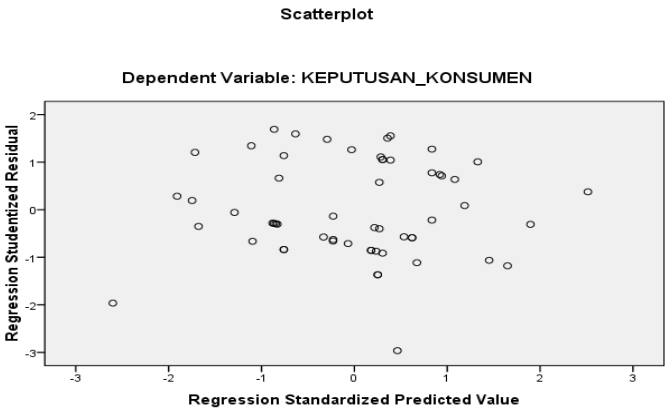
b. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitapada suatu model dapat dilihat dari pola gambar scantterplot model tersebut. Tidak terjadi heteroskedastisitas jika:

1. Titik-titik data menyabar sebaiknya tidak berpola
2. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitas angka 0

3. Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.

Gambar 4.7
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer sudah diolah SPSS 22.0

Berdasarkan dari pola Scantterplot diatas dapat diketahui tidak terjadi heteroskedastisitas, hal ini ditunjukan oleh titik-titik data yang tidak berpola serta menyebar disekitar angka nol dan tidak mengumpul hanya diata atau dibawah saja.

c. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independent yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lain dengan satu model. Untuk mendeteksi multikolineritas yaitu jika variance inflation factor tidak lebih 10 maka terbebas dari multikolineritas.

Tabel 4.35
Hasil Uji Data Multikolineritas

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
.851	1.176
.971	1.030
.831	1.204

Sumber: Data primer sudah diolah SPSS 22.0

Dari tabel diatas, diketahui nilai VIF dari semua variabel bebas (jumlah harga (X1), kualitas produk (X2), dan jumlah tempat (X3) < 10, sehingga tidak mengandung multikolineritas.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Uji Regresi Linier Berganda yaitu regresi dimana variabel (Y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel bebas (X). Pada uji linier berganda ini akan menguji signifikan antara variabel X (harga, kualitas produk dan tempat) terhadap variabel Y (pendapatan).

Tabel 4.37
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.915	4.318		1.370	.176
Harga	.135	.134	.132	2.006	.002
Kualitas_Produk	.019	.110	.021	2.172	.003
Tempat	.581	.191	.404	3.048	.004

a. Dependent Variable: Keputusan_Konsumen
Sumber: Data primer sudah diolah SPSS 22.0

Hasil perhitungan regresi linier berganda tersebut dapat diketahui formulasi sebagai berikut:

$Y = a + b1X_1 + b2X_2 + b3X_3 + e$

$Y = 5,915 + 0,135X_1 + 0,019X_2 + 0,581X_3$

Berdasarkan hasil persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Apabila variabel X_1 (Harga), X_2 (Kualitas Produk), dan X_3 (Tempat) berada daalm keadaan konstan atau tetap maka variabel Y (keputusan konsumen)akan meningkat sebesar 5,915.
2) Apabila variabel X_1 (Harga) meningkat satu satuan maka variabel Y (keptusan konsumen)akan meningkat sebesar 0,135.Apabila variabel X_2 (Kualitas Produk) meningkat satu satuan maka variabel Y (keputusan konsumen) akan meningkat sebesar 0,019.
3) Apabila variabel X_3 (Tempat) meningakt satu satuan maka variabel Y (kepuasan konsumen)akan meningkat sebesar 0,581.

4. Uji Hipotesis

a. Uji secara parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Penguji ini yaitu dengan membandingkan nilai probabilitas atau (sig-t) dengan taraf signifikan 0,01. Jika Sig < 0,01 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Cara lainnya dengan membandingkan nilai F_{tabel} dengan F hitung. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka disimpulkan menolak H0.

Tabel. 4.38
Hasil Uji t-Test
Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.915	4.318		1.370	.176
Harga	.135	.134	.132	2.006	.002
Kualitas_Produk	.019	.110	.021	2.172	.003
Tempat	.581	.191	.404	3.048	.004

a. Dependent Variable: Keputusan_Konsumen

Sumber: Data primer sudah diolah SPSS 22.0

Berdasarkan tabel diatas diperoleh penjelasan sebagai berikut:

1. Variabel X_1 (harga)

   Dari hasil koefisien regresi menunjukkan bahwa dari tabel 4.43 nilai signifikansi pada harga sebesar 0,002 < 0,01 yang berarti terdapat pengaruh positif tapi tidak signifikan antara harga terhadap keputusan konsumen. Berdasarkan t tabel didapat nilai sebesar 1,673 (df = n-k = 57 – 2 = 55) dengan signifikansi 0,01, dan t hitung sebesar 2,006. Maka t hitung < t tabel (2,006 > 1,673), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara harga terhadap keputusan konsumen.

2. Variabel Kualitas Produk (X_2)

   Dari hasil koefisien regresi menunjukkan bahwa dari tabel 4.43 nilai signifikansi pada kualitas produk sebesar 0,003 < 0,01 yang berarti terdapat pengaruh positif signifikan antara

kualitas produk terhadap keputusan konsumen. Berdasarkan t tabel didapat nilai sebesar 1,673 (df = n-k = 57 – 2 = 55) dengan signifikansi 0,01, dan t hitung sebesar 2,172. Maka t hitung < t tabel (2,172 > 1,673), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara harga terhadap keputusan konsumen.

b. Uji Secara Simultan (Uji F)

Uji F menunjukan apakah variabel independent mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat dalam tabel dibawah ini

Tabel 4.39
Hasil Uji F
ANOVA[b]

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	66.857	3	22.286	5.150	.003[a]
Residual	229.353	53	4.327		
Total	296.211	56			

a. Predictors: (Constant), Tempat, Kualitas_Produk, Harga

Sumber: Data primer sudah diolah SPSS 22.0

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat F hitung sebesar 5,150 dengan probabilitas 0,003 yang nilainya dibawah 0,01. Untuk F_{hitung} 5,150 > F_{table} 4,17. Hal ini menunjukan bahwa variabel

independen yaitu pendapatan berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap harga, kualitas produk, dan tempat.

c. Uji Koefisien Determinasi (R2)

Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel *independen* terhadap *dependen*, dengan melihat nilai *Adjusted R Square* dari data tabel *Model Summary*.

Tabel 4.40
Hasil Uji Koefesien Determinasi
Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.812[a]	.659	.182	2.080	1.640

A. Predictors: (Constant), Tempat, Kualitas_Produk, Harga
B. Dependent Variable: Keputusan_Konsumen
Sumber: Data primer sudah diolah SPSS 22.0

Berdasarkan tabel 4.40 diatas dapat diketahui bahwa *R Square* atau koefesien determinasi sebesar 0,659 atau 65,9% variabel dependen (keputusan konsumen) di jelaskan oleh variabel independen (harga, kaulitas produk dan tempat) sebesar 65,9%. Sedangkan sisanya sebesar 34,1 % dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian.