

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Butik Batik Gajah Mada Tulungagung

Perusahaan Batik Gajah Mada yang dimiliki Bapak Danu Mulyo berdiri pada tahun 1975 dan dikelola oleh istrinya yang bernama Monganah. Awalnya perusahaan ini hanya memproduksi batik tulis berupa kain, yang dibantu hanya 1-2 karyawan. Seiring berkembangnya zaman, pada tahun 1991 Perusahaan Batik Gajah Mada mulai mengenal batik cap dan batik printing, serta mulai mendapatkan pesanan batik untuk seragam. Pemesan seragam pertama adalah dari PEPABRI Purnawirawan, dan mulai berkembang untuk seragam sekolah. Saat ini CV. Saha Perkasa Gajah Mada memiliki karyawan kurang lebih 80 orang. Kurangnya media promosi mengakibatkan hanya kalangan tertentu saja yang mengenal Batik Gajah Mada sebagai batik asli dari Tulungagung.

Pada tahun 2001 perusahaan batik CV. Saha Perkasa Gajah Mada mengadakan pameran di Arena Pekan Raya Jakarta untuk mewakili batik yang berasal dari Tulungagung. Di tahun yang sama CV. Saha Perkasa Gajah Mada juga diberi kesempatan untuk mewakili batik dari Tulungagung pada pameran di Surabaya EXPO.

Pada tahun 2003 CV. Saha Perkasa Gajah Mada diberi kepercayaan oleh Bupati Tulungagung yaitu Bapak Ir. Heru Cahyono,MM untuk mengadakan pagelaran batik yang diadakan di Pendopo Kabupaten 65 Tulungagung dengan perancang busana Ike Yuliana Sari. Pada tanggal 28 Agustus sampai 17 September 2003 mengisi stan pameran produk unggulan batik Tulungagung di pasar saing, kemudian pada tanggal 16 Oktober 2003 juga diberi kepercayaan dalam acara gelar Batik Gajah Mada dalam rangka malam akrab Polwil Kediri.

Pada tahun 2010 Perusahaan Batik Gajah Mada mendirikan sebuah butik yang menjual hasil produksi dari perusahaan tersebut. Butik ini diberi nama “Batik Gajah Mada”. Kurangnya media promosi mengakibatkan Batik Gajah Mada kurang diminati masyarakat Tulungagung dan sekitarnya. Pemilik Gajah Mada mempunyai keinginan setelah dipromosikan batik akan semakin dikenal masyarakat Tulungagung, dan menarik minat pembeli, karena batik bukan hanya dapat digunakan pada acara formal atau seragam saja, melainkan dapat menjadi *trend fashion* bagi kalangan kaum muda-mudi.

2. Lokasi

Lokasi Butik Batik Gajah Mada ini terletak di Jl. Pangeran Antasari 33B tulungagung.

3. Visi dan Misi Butik Batik Gajah Mada Tulungagung

a. Visi

“Menumbuh kembangkan batik indonesia melalui standart profesionalisme perusahaan”

b. Misi

- 1) Meningkatkan kualitas mutu produksi batik sebagai budaya bangsa yang diakui oleh dunia.
- 2) Meningkatkan daya saing produksi Batik Tulungagung
- 3) Mewujudkan pertumbuhan ekonomi dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- 4) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia staf karyawan Butik Batik Gajah Mada
- 5) Menambuka cabang outlet dan melayani pasar online.

4. Bauran pemasaran yang diterapkan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung

Adapun bauran pemasaran yang diterapkan pada Butik Batik Gajah Mada Tulungagung terdiri dari 7P yaitu :

a. Produk

Produk yang ditawarkan pada outlet Butik Batik Gajah Mada Tulungagung merupakan produk yang berkualitas dengan bahan yang tidak panas tetapi tidak tipis serta dengan desain yang modern dan menarik dengan tujuan untuk menarik konsumen serta

menciptakan kepuasan bagi konsumen. Produk dari Butik Batik Gajah Mada Tulungagung dapat menyesuaikan keinginan dari konsumen mulai dari ukuran, bahan, hingga penggunaan untuk pria maupun wanita. Produk Butik Batik Gajah Mada Tulungagung lebih menawarkan jenis bahannya, yaitu:

Tabel 4.1
Produk yang ditawarkan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung

No	Katrgori Produk (Bahan)
1	Katun
2	Katun Sutra
3	Sutra
4	Tenun
5	Batik Tulis
6	Batik Cap
7	Batik Printing

Sumber: Bagian pemotongan bahan, Butik Batik Gajah Mada Tulungagung, 2019

Butik Batik Gajah Mada Tulungagung sangat mengutamakan kualitas dari bahannya dan mengutamakan dalam memberikan kualitas jahitan pakaian yang terbaik serta desain yang menarik demi kepuasan konsumen. Hingga saat ini Butik Batik

Gajah Mada Tulungagung cukup dikenal masyarakat dan instansi dengan kualitas produknya.

b. Harga

Berikut ini adalah daftar harga produk yang ditawarkan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung.

Tabel 4.2
Harga Produk yang ditawarkan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung

No	Produk	Harga/Pcs
1	Bahan Katun	Rp. 100.000
2	Bahan Katun Sutra	Rp. 165.000
3	Bahan Sutra	Rp. 225.000
4	Bahan Tenun	Rp. 250.000 – 300.000
5	Batik Tulis	Rp. 350.000
6	Batik Cap	Rp. 65.000 – 100.000
7	Batik Printing	Rp. 50.000

Sumber: Bagian Keuangan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung,2019

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa setiap jenis bahan berbeda harga, penetapan kebijakan harga oleh Butik Batik Gajah Mada Tulungagung berdasarkan kualitas produk yang mampu memberikan kepuasan pada konsumen.

c. Promosi

Promosi yang dilakukan oleh Butik Batik Gajah Mada Tulungagung antara lain melalui media sosial (facebook), radio, spanduk, koran, dan dengan ikut event – event tertentu mengadakan pameran acara kedinasan Tulungagung. Dengan adanya promosi konsumen akan mendapatkan informasi mengenai produk Butik Batik Gajah Mada Tulungagung yang akan menarik minat beli mereka.

d. Tempat

Tempat atau saluran distribusi pada Butik Batik Gajah Mada Tulungagung yaitu dengan cara menyalurkan langsung kepada konsumen yang membeli di outlet tersebut tanpa melalui perantara. Adapun lokasinya cukup strategis karena terletak di pusat kota Tulungagung dan akses yang mudah dijangkau dengan kendaraan umum yaitu bertempat di Jl. Pangeran Antasari 33B Tulungagung.

e. Orang

Orang atau karyawan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung selalu berpenampilan rapi, sopan, dan ramah, dalam memberi penjelasan kepada konsumen. Sehingga hal ini membuat minat beli konsumen semakin meningkat.

f. Proses

Dalam tahap proses Butik Batik Gajah Mada Tulungagung berperan sebagai pemberi jasa yang tergolong mempunyai pelayanan yang baik, cepat, efisien. Sehingga banyak masyarakat atau konsumen yang menjadi pelanggan di Butik Batik Gajah Mada Tulungagung.

g. Bukti Fisik

Dalam tahap bukti fisik Butik Batik Gajah Mada Tulungagung menonjolkan bentuk gedung dari luar maupun dalam, kenyamanan, dan tata letak barang, hal ini menjadi pemicu daya tarik konsumen itu sendiri untuk melakukan pembelian di Butik Batik Gajah Mada Tulungagung.

B. Deskripsi Responden

Sebagaimana dijelaskan dalam bab sebelumnya, penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang cara pengambilan data-data yang dibutuhkan peneliti mengenai tanggapan responden adalah dengan menggunakan angket tertutup. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan menggunakan teknik *random sampling* yaitu memilih sampel dari konsumen di Butik Batik Gajah Mada Tulungagung dengan tidak memperhatikan strata.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar angket. Angket disebar kepada para konsumen Butik Batik Gajah Mada Tulungagung

sebanyak 89 responden yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini. Penyebaran angket dilakukan di Butik Batik Gajah Mada Tulungagung.

Untuk memahami hasil penelitian yang dilakukan, peneliti memerlukan data deskriptif responden yang akan digunakan untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan melalui daftar pernyataan di dapat kondisi responden tentang jenis kelamin dan usia. Penggolongan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran responden sebagai obyek penelitian. Gambaran umum dari responden sebagai obyek penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang deskripsi responden diklarifikasikan menurut jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3

Jenis Kelamin Responden

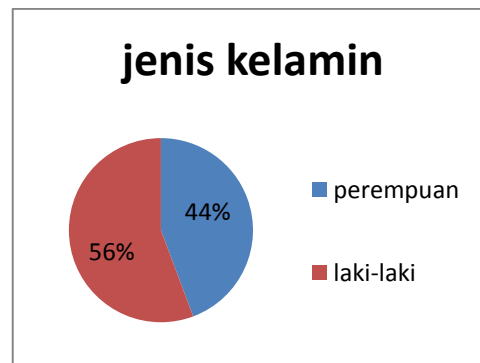
No	Jenis Kelamin	Banyaknya Responden	Presentase
1	Laki-laki	38	42,70%
2	Perempuan	51	57,30%
	Jumlah	89	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Pada tabel 4.3 Menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak dari pada jenis kelamin laki-laki. Responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 57,30% dari 100% atau 51 responden. Sedangkan responden dengan jenis kelamin laki-laki

sebanyak 42,70% dari 100% atau 38 responden. Untuk jelasnya berikut gambar jenis kelamin responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.1
Jenis Kelamin Responden



Artinya, masyarakat yang menjadi konsumen di Butik Batik Gajah Mada Tulungagung lebih dominan konsumen perempuan dibandingkan dengan konsumen laki-laki.

2. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.4
Usia Responden

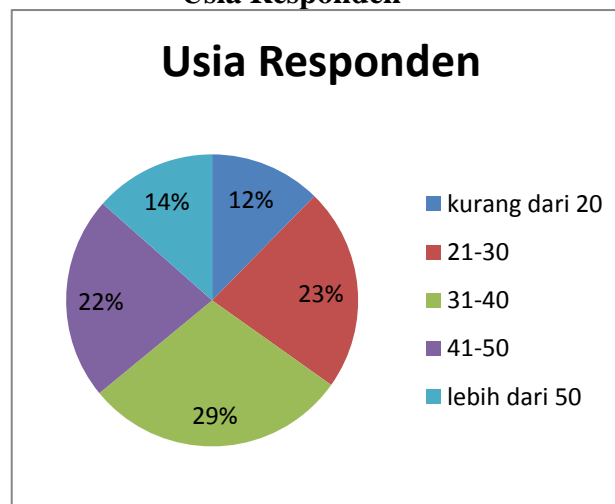
No	Usia	Jumlah Responden	Presentase
1	Kurang dari 20	11	12,35%
2	21-30	20	22,47%
3	31-40	26	29,21%
4	41-50	20	22,47%
5	Lebih dari 50	12	13,48%
	Jumlah	89	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa, dari jumlah responden sebanyak 89 orang diperoleh rata-rata usia responden sebagai berikut: usia kurang dari 20 tahun sebanyak 12,35%, usia 21-30 sebanyak 22,47%, usia 31-40 sebanyak 29,41%, usia 41-50 sebanyak

22,47%, dan usia lebih dari 50 tahun sebanyak 13,48%. Untuk lebih jelasnya berikut gambar usia responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.2
Usia Responden



Jadi, dilihat dari usia responden dapat disimpulkan bahwa, konsumen yang melakukan pembelian di Butik Batik Gajah Mada Tulungagung rata-rata usia 31-40 tahun. Sedangkan responden yang berusia kurang dari 20 tahun lebih sedikit dari pada yang lain, hal tersebut bisa saja karena mereka belum terlalu menyukai Batik.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdiri dari 7 variabel bebas yaitu Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3), Tempat (X4), Orang (X5), Proses (X6), dan Bukti Fisik (X7), dan variabel terikatnya Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan dari hasil kusioner yang telah disebarkan kepada responden yang terdiri dari 40 pertanyaan dan dibagi dalam 8 kategori yaitu:

1. 5 pernyataan digunakan untuk mengetahui tanggapan terhadap Produk (X₁)
2. 5 pernyataan digunakan untuk mengetahui tanggapan terhadap Harga (X₂)
3. 5 pernyataan digunakan untuk mengetahui tanggapan terhadap Promosi (X₃)
4. 5 pernyataan digunakan untuk mengetahui tanggapan terhadap Tempat (X₄)
5. 5 pernyataan digunakan untuk mengetahui tanggapan terhadap Orang (X₄)
6. 5 pernyataan digunakan untuk mengetahui tanggapan terhadap Proses (X₄)
7. 5 pernyataan digunakan untuk mengetahui tanggapan terhadap Bukti Fisik (X₄)
8. 5 pernyataan digunakan untuk mengetahui tanggapan tentang keputusan Pembelian (Y).

Sedangkan hasil jawaban responden yang peneliti peroleh dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5

Data Deskripsi Variabel Poduk (X₁)

ITEM	SS		S		N		TS		STS	
	Orang	%	Orang	%	Orang	%	Orang	%	Orang	%
X1.1	22	25%	54	61%	13	15%	0	0%	0	0%
X1.2	14	16%	53	60%	20	22%	2	2%	0	0%
X1.3	12	13%	49	55%	26	29%	2	2%	0	0%
X1.4	8	9%	44	49%	34	38%	3	3%	0	0%
X1.5	5	6%	32	36%	44	49%	8	9%	0	0%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa variabel Produk (X_1) pada item ($X_{1.1}$) yaitu konsumen mengetahui produk Butik Batik Gajah Mada Tulungagung mempunyai kualitas bahan yang bagus, mendapatkan respon sebanyak 22 responden (25%) yang menyatakan sangat setuju, 54 responden (61%) yang menyatakan setuju, 13 responden (15%) yang menyatakan netral. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden setuju Butik Batik Gajah Mada mempunyai kualitas bahan yang bagus.

Pada item ($X_{1.2}$) yaitu desain dari Batik yang diproduksi terlihat menarik dan sesuai trend saat ini, mendapatkan respon sebanyak 14 responden (16%) yang menyatakan sangat setuju, 53 responden (60%) yang menyatakan setuju, 20 responden (22%) yang menyatakan netral, dan 2 responden (2%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan bahwa responden Butik Batik Gajah Mada Tulungagung setuju bahwa produk Butik Batik Gajah Mada sesuai dengan trend saat ini.

Pada item ($X_{1.3}$) yaitu Butik Batik Gajah Mada Tulungagung memproduksi berbagai ragam motif jawa, mendapatkan respon sebanyak 12 responden (13%) yang menyatakan sangat setuju, 49 (55%) yang menyatakan setuju, 26 responden (29%) yang menyatakan netral, dan 2 responden (2%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya bisa dikatakan bahwa responden setuju bahwa Butik Batik Gajah Mada Tulungagung memproduksi berbagai macam motif jawa.

Pada item ($X_{1.4}$) yaitu produk Butik Batik Gajah Mada Tulungagung jahitannya rapi, mendapatkan sebanyak 8 responden (9%) yang menyatakan sangat setuju, 44 responden (49%) menyatakan setuju, 34 responden (38%) menyatakan netral, dan 3 responden (3%) menyatakan tidak setuju. Artinya bisa dikatakan bahwa responden Butik Batik Gajah Mada Tulungagung setuju bahwa produk dari Butik Batik Gajah Mada Tulungagung jahitannya rapi.

Pada item ($X_{1.5}$) yaitu merek dari Butik Batik Gajah Mada Tulungagung mudah untuk di ingat, mendapatkan responden 5 responden (6%) yang menyatakan sangat setuju, 32 responden (36%) yang menyatakan setuju, 44 responden (49%) yang menyatakan netral, dan 8 responden (9%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya bisa dikatakan bahwa mayoritas responden berpendapat netral terhadap produk Butik Batik Gajah Mada Tulungagung nyaman jika dipakai.

Tabel 4.6

Data Deskripsi Variabel Harga (X_2)

ITEM	SS		S		N		TS		STS	
	Orang	%	Orang	%	Orang	%	Orang	%	Orang	%
X2.1	18	20%	51	57%	20	22%	0	0%	0	0%
X2.2	12	13%	49	55%	27	30%	1	1%	0	0%
X2.3	10	11%	48	54%	28	31%	3	3%	0	0%
X2.4	5	6%	43	48%	32	36%	9	10%	0	0%
X2.5	3	3%	32	36%	41	46%	13	15%	0	0%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.6 dapat diketahui bahwa variabel Harga (X_2) pada item ($X_{2.1}$) yaitu harga Batik di Butik Batik Gajah Mada Tulungagung relatif sesuai dengan kualitas, mendapatkan respon sebanyak 18 responden (20%)

yang menyatakan sangat setuju, 51 responden (57%) yang menyatakan setuju, 20 responden (22%) setuju yang menyatakan netral. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa harga Batik di Butik Batik Gajah Mada Tulungagung relatif sesuai dengan kualitas.

Pada Item ($X_{2.2}$) yaitu barang pesanan boleh mendapatkan periode jangka waktu pembayaran, mendapatkan respon sebanyak 12 responden (13%) yang menyatakan sangat setuju, 49 responden (55%) yang menyatakan setuju, 27 responden (30%) yang menyatakan netral, dan 1 responden (1%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden setuju barang pesanan boleh mendapatkan periode jangka waktu pembayaran.

Pada Item ($X_{2.3}$) yaitu saat ada event tertentu Butik Batik Gajah Mada Tulungagung memberikan potongan diskon pada produk batiknya, mendapatkan respon sebanyak 10 responden (11%) yang menyatakan sangat setuju, 48 responden (54%) yang menyatakan setuju, 28 responden (31%) yang menyatakan netral, dan 3 responden (3%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden setuju saat ada event tertentu Butik Batik Gajah Mada Tulungagung memberikan potongan diskon pada produk batiknya.

Pada Item ($X_{2.4}$) yaitu setiap pembelian banyak (grosir) Butik Batik Gajah Mada Tulungagung memberikan harga diskon, mendapatkan respon sebanyak 5 responden (6%) yang menyatakan sangat setuju, 43 responden (48%) yang menyatakan setuju, 32 responden (36%) yang menyatakan netral,

dan 9 responden (10%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas sebagian responden setuju setiap pembelian banyak (grosir) Butik Batik Gajah Mada Tulungagung memberikan harga diskon.

Pada Item ($X_{2.5}$) yaitu Butik Batik Gajah Mada Tulungagung mempunyai beberapa persyaratan yang diajukan ketika konsumen mengajukan periode pembayaran, mendapatkan respon sebanyak 3 responden (3%) yang menyatakan sangat setuju, 32 responden (36%) yang menyatakan setuju, dan 41 responden (46%) yang menyatakan netral, dan 13 responden (15%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden berpendapat netral terhadap Butik Batik Gajah Mada Tulungagung mempunyai beberapa persyaratan yang diajukan ketika konsumen mengajukan periode pembayaran.

Tabel 4.7

Data Deskripsi Variabel Promosi (X_3)

ITEM	SS		S		N		TS		STS	
	Orang	%	Orang	%	Orang	%	Orang	%	Orang	%
X3.1	11	12%	59	66%	18	20%	1	1%	0	0%
X3.2	10	11%	48	54%	30	34%	1	1%	0	0%
X3.3	11	12%	44	49%	31	35%	3	3%	0	0%
X3.4	12	13%	36	40%	35	39%	6	7%	0	0%
X3.5	9	10%	30	34%	43	48%	7	8%	0	0%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.7 dapat diketahui bahwa variabel Promosi (X_3) pada item ($X_{3.1}$) yaitu penjelasan yang diberikan oleh karyawan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung membuat saya berminat untuk melakukan pembelian, mendapatkan respon sebanyak 11 responden (12%) yang menyatakan sangat setuju, 59 responden (66%) yang menyatakan setuju, 18 responden (20%)

yang menyatakan netral, dan 1 responden (1%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden setuju penjelasan yang diberikan oleh karyawan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung membuat saya berminat untuk melakukan pembelian.

Pada item (X_{3.2}) yaitu periklanan yang dilakukan oleh Butik Batik Gajah Mada Tulungagung mudah ditemukan oleh konsumen di berbagai media, mendapatkan respon sebanyak 10 responden (11%) yang menyatakan sangat setuju, 48 responden (54%) yang menyatakan setuju, 30 responden (34%) yang menyatakan netral, dan 1 responden (1%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden setuju periklanan yang dilakukan oleh Butik Batik Gajah Mada Tulungagung mudah ditemukan oleh konsumen di berbagai media.

Pada item (X_{3.3}) yaitu sering memberikan potongan harga merupakan salah satu strategi untuk menarik minat konsumen, mendapatkan respon sebanyak 11 responden (12%) yang menyatakan sangat setuju, 44 responden (49%) yang menyatakan setuju, 31 responden (35%) yang menyatakan netral, dan 3 responden (3%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden setuju Butik Batik Gajah Mada Tulungagung sering memberikan potongan harga merupakan salah satu strategi untuk menarik minat konsumen.

Pada item (X_{3.4}) yaitu produk Butik Batik Gajah Mada Tulungagung yang dimuat di media cetak menarik konsumen, mendapatkan respon sebanyak 12 responden (13%) yang menyatakan sangat setuju, 36 responden

(40%) yang menyatakan setuju, 35 responden (39%) yang menyatakan netral, dan 6 responden (7%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden setuju produk Butik Batik Gajah Mada Tulungagung yang dimuat di media cetak menarik konsumen.

Pada item (X_{3.5}) yaitu Informasi dari penjelasan yang diberikan menarik, jelas, dan sesuai kenyataan, mendapatkan respon sebanyak 9 responden (10%) yang menyatakan sangat setuju, 30 responden (34%) yang menyatakan setuju, 43 responden (48%) yang menyatakan netral, dan 7 responden (8%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden setuju Informasi dari penjelasan yang diberikan menarik, jelas, dan sesuai kenyataan.

Tabel 4.8

Data Deskripsi Variabel Tempat (X₄)

ITEM	SS		S		N		TS		STS	
	Orang	%	Orang	%	Orang	%	Orang	%	Orang	%
X4.1	14	16%	55	62%	20	22%	0	0%	0	0%
X4.2	16	18%	48	54%	25	28%	0	0%	0	0%
X4.3	13	15%	47	53%	27	30%	2	2%	0	0%
X4.4	6	7%	43	48%	37	42%	3	3%	0	0%
X4.5	9	10%	30	34%	41	46%	9	10%	0	0%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.8 dapat diketahui bahwa variabel Tempat (X₄) pada item (X_{4.1}) yaitu konsumen membeli produk Butik Batik Gajah Mada Tulungagung langsung ke outletnya/ tokonya, mendapatkan respon sebanyak 14 responden (16%) yang menyatakan sangat setuju, 55 responden (62%)

yang menyatakan setuju, dan 20 responden (19,05%) yang menyatakan netral. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden setuju konsumen membeli produk Butik Batik Gajah Mada Tulungagung langsung ke outletnya/ tokonya.

Pada item (X_{4.2}) yaitu lokasi Butik Batik Gajah Mada mudah dijangkau dengan kendaraan umum atau pribadi, mendapatkan respon sebanyak 16 responden (18%) yang menyatakan sangat setuju, 48 responden (54%) yang menyatakan setuju, dan 25 responden (28%) yang menyatakan netral. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden setuju lokasi Butik Batik Gajah Mada mudah dijangkau dengan kendaraan umum atau pribadi.

Pada item (X_{4.3}) yaitu lokasi outlet Butik Batik Gajah Mada Tulungagung termasuk tempat yang nyaman, mendapatkan respon sebanyak 13 responden (15%) yang menyatakan sangat setuju, 47 responden (53%) yang menyatakan setuju, 27 responden (30%) yang menyatakan netral, dan 2 responden (2%). Artinya, bisa dikatakan mayoritas responden setuju lokasi outlet Butik Batik Gajah Mada Tulungagung termasuk tempat yang nyaman.

Pada item (X_{4.4}) yaitu outlet Butik Batik Gajah Mada Tulungagung strategis atau berada di pusat kota, mendapatkan respon sebanyak 6 responden (7%) yang menyatakan sangat setuju, 43 responden (48%) yang menyatakan setuju, 37 responden (42%) yang menyatakan netral, dan 3 responden (3%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan mayoritas responden setuju outlet Butik Batik Gajah Mada Tulungagung strategis atau berada di pusat kota.

Pada item (X_{4.5}) yaitu Butik Batik Gajah Mada Tulungagung memiliki tempat/lahan yang luas, mendapatkan respon sebanyak 9 responden (10%) yang menyatakan sangat setuju, 30 responden (34%) yang menyatakan setuju, 41 responden (46%) yang menyatakan netral, dan 9 responden (10%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan mayoritas responden berpendapat netral terhadap Butik Batik Gajah Mada Tulungagung memiliki tempat/lahan yang luas.

Tabel 4.9

Data Deskripsi Variabel Orang (X₅)

ITEM	SS		S		N		TS		STS	
	Orang	%	Orang	%	Orang	%	Orang	%	Orang	%
X5.1	19	21%	45	51%	25	28%	0	0%	0	0%
X5.2	16	18%	42	47%	31	35%	0	0%	0	0%
X5.3	18	20%	36	40%	33	37%	2	2%	0	0%
X5.4	12	13%	33	37%	36	40%	8	9%	0	0%
X5.5	8	9%	31	35%	36	40%	14	16%	0	0%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.9 dapat diketahui bahwa variabel Orang (X₅) pada item (X_{5.1}) yaitu karyawan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung cepat dalam menangani kesulitan konsumen saat berbelanja, mendapatkan respon sebanyak 19 responden (21%) yang menyatakan sangat setuju, 45 responden (51%) yang menyatakan setuju, dan 25 responden (28%) yang menyatakan netral. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden setuju karyawan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung cepat dalam menangani kesulitan konsumen saat berbelanja.

Pada item (X_{5.2}) yaitu penampilan karyawan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung rapi dan sopan, mendapatkan respon sebanyak 16 responden (18%) yang menyatakan sangat setuju, 42 responden (51%) yang menyatakan setuju, dan 31 responden (35%) yang menyatakan netral. Artinya, bisa dikatakan mayoritas responden setuju penampilan karyawan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung rapi dan sopan.

Pada item (X_{5.3}) yaitu karyawan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung sopan dalam melayani konsumen, mendapatkan respon sebanyak 18 responden (20%) yang menyatakan sangat setuju, 36 responden (40%) yang menyatakan setuju, 33 responden (37%) yang menyatakan netral, dan 2 responden (2%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden setuju karyawan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung sopan dalam melayani konsumen.

Pada item (X_{5.4}) yaitu karyawan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung ramah dalam melayani konsumen, mendapatkan respon sebanyak 12 responden (13%) yang menyatakan sangat setuju, 33 responden (37%) yang menyatakan setuju, 36 responden (40%) yang menyatakan netral, dan 8 responden (9%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden berpendapat netral terhadap karyawan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung ramah dalam melayani konsumen.

Pada item (X_{5.5}) yaitu karyawan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung melayani proses pembayaran dengan cepat, mendapatkan respon sebanyak 8 responden (9%) yang menyatakan sangat setuju, 31

responden (35%) yang menyatakan setuju, 36 responden (40%) yang menyatakan netral, dan 14 responden (16%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan mayoritas responden lebih memilih pembiayaan jangka waktu menengah merupakan responden berpendapat netral terhadap karyawan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung melayani proses pembayaran dengan cepat.

Tabel 4.10

Data Deskripsi Variabel Proses (X_6)

ITEM	SS		S		N		TS		STS	
	Orang	%	Orang	%	Orang	%	Orang	%	Orang	%
X6.1	15	17%	41	46%	33	37%	0	0%	0	0%
X6.2	15	17%	37	42%	35	39%	2	2%	0	0%
X6.3	17	19%	28	31%	39	44%	5	6%	0	0%
X6.4	10	11%	33	37%	38	43%	8	9%	0	0%
X6.5	12	13%	33	37%	33	37%	11	12%	0	0%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.10 dapat diketahui bahwa variabel Proses (X_6) pada item ($X_{6.1}$) yaitu Butik Batik Gajah Mada Tulungagung cepat dan mudah dalam melayani permintaan barang yang saya inginkan, mendapatkan respon sebanyak 15 responden (17%) yang menyatakan sangat setuju, 41 responden (46%) yang menyatakan setuju, dan 33 responden (37%) yang menyatakan netral. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden setuju Butik Batik Gajah Mada Tulungagung cepat dan mudah dalam melayani permintaan barang yang saya inginkan.

Pada item ($X_{6.2}$) yaitu Transaksi / pembayaran yang diterapkan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung cepat, mendapatkan respon sebanyak 15

responden (17%) yang menyatakan sangat setuju, 37 responden (42%) yang menyatakan setuju, 35 responden (39%) yang menyatakan netral, dan 2 responden (2%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden setuju Transaksi / pembayaran yang diterapkan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung cepat.

Pada item (X_{6.3}) yaitu Butik Batik Gajah Mada Tulungagung cepat dalam menangani klaim, mendapatkan respon sebanyak 17 responden (19%) yang menyatakan sangat setuju, 28 responden (31%) yang menyatakan setuju, 39 responden (44%) yang menyatakan netral, dan 5 responden (6%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan mayoritas responden berpendapat netral terhadap Butik Batik Gajah Mada Tulungagung cepat dalam menangani klaim.

Pada item (X_{6.4}) yaitu Butik Batik Gajah Mada Tulungagung menyediakan barang yang dibutuhkan konsumen, mendapatkan respon sebanyak 10 responden (11%) yang menyatakan sangat setuju, 33 responden (37%) yang menyatakan setuju, 38 responden (43%) yang menyatakan netral, dan 8 responden (9%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden berpendapat netral terhadap Butik Batik Gajah Mada Tulungagung menyediakan barang yang dibutuhkan konsumen.

Pada item (X_{6.5}) yaitu Karyawan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung selalu meneliti kembali barang yang telah dibeli konsumen, mendapatkan respon sebanyak 12 responden (13%) yang menyatakan sangat setuju, 33 responden (37%) yang menyatakan setuju, 33 responden (37%)

yang menyatakan netral, dan 11 responden (12%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden setuju Karyawan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung selalu meneliti kembali barang yang telah dibeli konsumen

Tabel 4.11

Data Deskripsi Variabel Bukti Fisik (X₇)

ITEM	SS		S		N		TS		STS	
	Orang	%	Orang	%	Orang	%	Orang	%	Orang	%
X7.1	17	19%	40	45%	31	35%	1	1%	0	0%
X7.2	17	19%	27	30%	41	46%	4	4%	0	0%
X7.3	10	11%	34	38%	39	44%	6	7%	0	0%
X7.4	8	9%	46	52%	26	29%	9	10%	0	0%
X7.5	11	12%	36	40%	29	33%	13	15%	0	0%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.11 dapat diketahui bahwa variabel Bukti Fisik (X₇) pada item (X_{7.1}) yaitu suasana ruangan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung nyaman, mendapatkan respon sebanyak 17 responden (19%) yang menyatakan sangat setuju, 40 responden (45%) yang menyatakan setuju, 31 responden (35%) yang menyatakan netral, dan 1 responden (1%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden setuju suasana ruangan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung nyaman.

Pada item (X_{7.2}) yaitu tata letak sesuai dengan pengatagorian produk, mendapatkan respon sebanyak 17 responden (19%) yang menyatakan sangat setuju, 27 responden (30%) yang menyatakan setuju, 41 responden (46%) yang menyatakan netral, dan 4 responden (4%) yang menyatakan tidak setuju.

Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden berpendapat netral terhadap tata letak sesuai dengan pengatagorian produk.

Pada item (X_{7.3}) yaitu Peralatan dan perlengkapan yang digunakan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung seperti aksesoris kasir, mesin EDC atau ATM mini mempunyai kualitas yang baik, mendapatkan respon sebanyak 10 responden (11%) yang menyatakan sangat setuju, 34 responden (38%) yang menyatakan setuju, 39 responden (44%) yang menyatakan netral, dan 6 responden (7%). Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden berpendapat netral terhadap Peralatan dan perlengkapan yang digunakan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung seperti aksesoris kasir, mesin EDC atau ATM mini mempunyai kualitas yang baik.

Pada item (X_{7.4}) yaitu suasana ruangan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung bersih dan sejuk, mendapatkan respon sebanyak 8 responden (9%) yang menyatakan sangat setuju, 46 responden (52%) yang menyatakan setuju, 26 responden (29%) yang menyatakan netral, dan 9 responden (10%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden setuju suasana ruangan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung bersih dan sejuk.

Pada item (X_{7.5}) yaitu Penataan produk Butik Batik Gajah Mada Tulungagung tersruktur sehingga memudahkan konsumen untuk mencari produk, mendapatkan respon sebanyak 11 responden (12%) yang menyatakan sangat setuju, 36 responden (40%) yang menyatakan setuju, 29 responden (33%) yang menyatakan netral, dan 13 responden (15%) yang menyatakan

tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden setuju Penataan produk Butik Batik Gajah Mada Tulungagung tersruktur sehingga memudahkan konsumen untuk mencari produk.

Tabel 4.12

Data Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)

ITEM	SS		S		N		TS		STS	
	Orang	%	Orang	%	Orang	%	Orang	%	Orang	%
Y1	22	25%	57	64%	9	10%	1	1%	0	0%
Y2	24	27%	41	46%	23	26%	1	1%	0	0%
Y3	12	13%	66	74%	10	11%	1	1%	0	0%
Y4	23	26%	61	69%	5	6%	0	0%	0	0%
Y5	29	33%	49	55%	11	12%	0	0%	0	0%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.12 dapat diketahui bahwa variabel Keputusan Pembelian (Y) pada item (Y.1) yaitu Produk yang ditawarkan Butik Batik Gajah Mada sesuai dengan kebutuhan saya, mendapatkan respon sebanyak 22 responden (25%) yang menyatakan sangat setuju, 57 responden (64%) yang menyatakan setuju, 9 responden (15,88%) yang menyatakan netral, dan 1 responden (1%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden setuju produk yang ditawarkan Butik Batik Gajah Mada sesuai dengan kebutuhan.

Pada item (Y.2) yaitu konsumen membeli produk Butik Batik Gajah Mada Tulungagung karena saya mendapatkan informasi dari teman saya yang berlangganan di Butik Batik Gajah Mada Tulungagung, mendapatkan respon sebanyak 24 responden (27%) yang menyatakan sangat setuju, 41 responden (46%) yang menyatakan setuju, 23 responden (26%) yang menyatakan netral, dan 1 responden (1%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan

bahwa mayoritas responden setuju konsumen membeli produk Butik Batik Gajah Mada Tulungagung karena saya mendapatkan informasi dari teman saya yang berlangganan di Butik Batik Gajah Mada Tulungagung.

Pada item (Y.3) yaitu konsumen menggunakan informasi yang telah saya dapat dalam memutuskan untuk membeli produk di Butik Batik Gajah Mada Tulungagung, mendapatkan respon sebanyak 12 responden (13%) yang menyatakan sangat setuju, 66 responden (74%) yang menyatakan setuju, 10 responden (11%) yang menyatakan netral, dan 1 responden (1%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden setuju konsumen menggunakan informasi yang telah saya dapat dalam memutuskan untuk membeli produk di Butik Batik Gajah Mada Tulungagung.

Pada item (Y.4) yaitu konsumen membeli produk Butik Batik Gajah Mada Tulungagung karena kualitasnya bagus, mendapatkan respon sebanyak 23 responden (26%) yang menyatakan sangat setuju, 61 responden (69%) yang menyatakan setuju, dan 5 responden (6%) yang menyatakan netral, dan 3 responden (4,76%) yang menyatakan tidak setuju. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas setuju konsumen membeli produk Butik Batik Gajah Mada Tulungagung karena kualitasnya bagus.

Pada item (Y.5) yaitu konsumen puas terhadap pelayanan yang diberikan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung kepada konsumennya, mendapatkan respon sebanyak 29 responden (33%) yang menyatakan sangat setuju, 49 responden (55%) yang menyatakan setuju, dan 11 responden (12%)

yang menyatakan netral. Artinya, bisa dikatakan bahwa mayoritas responden setuju konsumen puas terhadap pelayanan yang diberikan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung kepada konsumennya.

D. Analisis Data

Dalam penelitian ini terdapat variabel produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan bukti sebagai variabel independen, dan variabel keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Data-data variabel tersebut diperoleh dari penyebaran kusioner atau angket yang disebarakan sebanyak 89 responden. Hasil analisa dari jawaban tersebut, sebagai berikut:

1. Uji validitas dan uji reliabilitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengukur atau menguji valid tidaknya item-item kusioner masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana keseluruhan variabel-variabel pada penelitian ini terdiri dari 40 pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Ketentuan validitas instrumen bisa dikatakan sah apabila r hitung lebih besar dari r tabel. Nilai r tabel dalam penelitian ini yaitu 0,2084 yang didapat dari seluruh jumlah responden sebanyak 89 anggota dan dilihat dari pada Tabel R *product moment*. Jadi jika korelasi tiap variabel positif dan besarnya lebih dari 0,2084 maka variabel tersebut merupakan *construct* yang kuat.

Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data

sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1. Kriteria reliabilitas ada lima kelompok kelas dengan ukuran kemantapan Alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai Alpha Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
- b. Nilai Alpha Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
- c. Nilai Alpha Cronbach 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
- d. Nilai Alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
- e. Nilai Alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian validitas dan reliabilitas adalah sebagai berikut:

- a. Uji Validitas dan Reliabilitas Produk (X_1)

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas Variabel Produk
Item-Total Statistic

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
X1.1	14.81	6.209	.803	.912	Valid
X1.2	14.92	6.141	.735	.924	Valid
X1.3	15.01	5.784	.846	.902	Valid
X1.4	15.17	5.755	.855	.901	Valid
X1.5	15.43	5.725	.809	.910	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, dapat diketahui bahwa variabel Produk (X_1) adalah valid karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih dari pada 0.2084 Dalam penelitian ini berarti semua item dalam

instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat.

Tabel 4.14
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Produk
Reliability Statistic

Cronbach's Alpha	N of Items
.927	5

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,927 untuk variabel produk (X_1). Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach's* lebih besar dari 0,6. Jadi untuk variabel produk (X_1) bisa dikatakan reliabel dan jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama juga.

b. Uji Validitas dan Reliabilitas Harga (X_2)

Tabel 4.15
Hasil Uji Validitas Variabel Harga
Item-Total Statistic

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
X2.1	14.31	7.059	.799	.939	Valid
X2.2	14.48	6.753	.880	.926	Valid
X2.3	14.56	6.635	.869	.927	Valid
X2.4	14.80	6.413	.860	.929	Valid
X2.5	15.01	6.489	.839	.933	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, dapat diketahui bahwa variabel Harga (X_2) adalah valid karena nilai *Corrected Item-Total Correlation*

lebih dari pada 0.2084 Dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat.

Tabel 4.16
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga
Reliability Statistic

Cronbach's Alpha	N of Items
.944	5

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.16 diatas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,944 untuk variabel harga (X_2). Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach's* lebih besar dari 0,6. Jadi untuk variabel harga (X_2) bisa dikatakan reliabel dan jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama juga.

c. Uji Validitas dan Reliabilitas Promosi (X_3)

Tabel 4.17
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi
Item-Total Statistic

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
X3.1	14.53	6.229	.631	.856	Valid
X3.2	14.67	6.177	.572	.868	Valid
X3.3	14.72	5.182	.843	.801	Valid
X3.4	14.82	4.967	.801	.811	Valid
X3.5	14.97	5.533	.637	.856	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.17 di atas, dapat diketahui bahwa variabel promosi (X_3) adalah valid karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih dari pada 0.2084 Dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat.

Tabel 4.18
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi
Reliability Statistic

Cronbach's Alpha	N of Items
.868	5

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.18 diatas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,868 untuk vaiabel promosi (X_3). Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach's* lebih besar dari 0,6. Jadi untuk variabel promosi (X_3) bisa dikatakan reliabel dan jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama juga.

d. Uji Validitas dan Reliabilitas Tempat (X_4)

Tabel 4.19
Hasil Uji Validitas Variabel Tempat
Item-Total Statistic

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
X4.1	14.72	6.318	.734	.897	Valid
X4.2	14.75	6.029	.753	.892	Valid
X4.3	14.85	5.626	.846	.872	Valid
X4.4	15.07	5.882	.814	.880	Valid
X4.5	15.21	5.533	.731	.902	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.19 di atas, dapat diketahui bahwa variabel tempat (X_4) adalah valid karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih dari pada 0.2084 Dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat.

Tabel 4.20
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga
Reliability Statistic

Cronbach's Alpha	N of Items
.909	5

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.20 diatas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,909 untuk vaiabel tempat (X_4). Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach's* lebih besar dari 0,6.

Jadi untuk variabel tempat (X_4) bisa dikatakan reliabel dan jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama juga.

e. Uji Validitas dan Reliabilitas Orang (X_5)

Tabel 4.21
Hasil Uji Validitas Variabel Orang
Item-Total Statistic

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
X5.1	14.54	8.183	.741	.915	Valid
X5.2	14.64	7.778	.852	.894	Valid
X5.3	14.69	7.514	.813	.900	Valid
X5.4	14.92	7.346	.793	.905	Valid
X5.5	15.10	7.228	.801	.904	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.21 di atas, dapat diketahui bahwa variabel Orang (X_5) adalah valid karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih dari pada 0.2084 Dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat.

Tabel 4.22
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Orang
Reliability Statistic

Cronbach's Alpha	N of Items
.921	5

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.22 diatas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,921 untuk variabel orang (X_5). Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach's* lebih besar dari 0,6. Jadi untuk variabel orang (X_5) bisa dikatakan reliabel dan jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama juga.

f. Uji Validitas dan Reliabilitas Proses (X_6)

Tabel 4.23
Hasil Uji Validitas Variabel Proses
Item-Total Statistic

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
X6.1	14.39	8.491	.643	.901	Valid
X6.2	14.46	7.774	.773	.875	Valid
X6.3	14.55	7.341	.772	.874	Valid
X6.4	14.69	7.400	.812	.865	Valid
X6.5	14.67	7.222	.773	.875	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.23 di atas, dapat diketahui bahwa variabel proses (X_6) adalah valid karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih dari pada 0.2084 Dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat.

Tabel 4.24
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Proses
Reliability Statistic

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	5

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.22 diatas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,900 untuk variabel proses (X_6). Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach's* lebih besar dari 0,6. Jadi untuk variabel proses (X_6) bisa dikatakan reliabel dan jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama juga.

g. Uji Validitas dan Reliabilitas Bukti Fisik (X_7)

Tabel 4.25
Hasil Uji Validitas Variabel Bukti Fisik
Item-Total Statistic

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
X7.1	14.28	7.477	.631	.842	Valid
X7.2	14.46	7.410	.544	.865	Valid
X7.3	14.56	6.794	.784	.804	Valid
X7.4	14.51	6.844	.756	.811	Valid
X7.5	14.60	6.630	.693	.828	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.25 di atas, dapat diketahui bahwa variabel bukti fisik (X_7) adalah valid karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih dari pada 0.2084 Dalam penelitian ini berarti semua item dalam

instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat.

Tabel 4.26
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bukti Fisik
Reliability Statistic

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	5

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.26 diatas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,860 untuk variabel bukti fisik (X_7). Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach's* lebih besar dari 0,6. Jadi untuk variabel bukti fisik (X_7) bisa dikatakan reliabel dan jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama juga.

h. Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.27
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian
Item-Total Statistic

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Y1	16.39	2.991	.613	.636	Valid
Y2	16.53	3.093	.378	.744	Valid
Y3	16.52	3.093	.678	.621	Valid
Y4	16.31	3.468	.479	.691	Valid
Y5	16.31	3.354	.389	.724	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.27 di atas, dapat diketahui bahwa variabel keputusan pembelian (X_7) adalah valid karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih dari pada 0.2084 Dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat.

Tabel 4.28
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga
Reliability Statistic

Cronbach's Alpha	N of Items
.730	5

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.28 diatas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,730 untuk vaiabel keputusan pembelian (Y). Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach's* lebih besar dari 0,6. Jadi untuk variabel keputusan pembelian (Y) bisa dikatakan reliabel dan jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama juga.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. 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:

Tabel 4.29
Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		produk	Harga	promosi	tempat	orang	Proses	bukti_fisik	keputusan_pembelian
N		89	89	89	89	89	89	89	89
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	18.80	18.37	18.42	18.64	18.42	18.15	18.10	20.63
	Std. Deviation	3.012	3.263	2.872	2.993	3.360	3.436	3.258	2.025
Most Extreme Differences	Absolute	.100	.118	.086	.091	.108	.105	.092	.128
	Positive	.098	.084	.082	.089	.081	.105	.078	.128
	Negative	-.100	-.118	-.086	-.091	-.108	-.089	-.092	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		.942	1.110	.814	.857	1.022	.987	.866	1.204
Asymp. Sig. (2-tailed)		.338	.170	.522	.454	.247	.284	.441	.110

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.29 *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:

- Nilai sig. atau signifikansi $<0,05$, distribusi data tidak normal
- Nilai sig. atau signifikansi $>0,05$, distribusi data normal

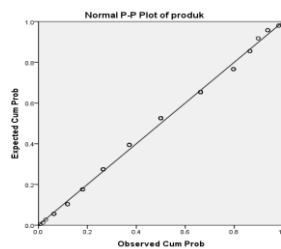
Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* untuk X_1 atau produk sebesar 0,338. X_2 atau harga 0,170. X_3 atau promosi sebesar 0,522. X_4 atau tempat sebesar 0,454. X_5 atau orang sebesar 0,247. X_6 atau proses sebesar 0,284. X_7 atau bukti fisik sebesar 0,441. Dan Y atau keputusan pembelian sebesar 0,110. Maka dapat

disimpulkan dalam penelitian ini berdistribusi normal karena semua variabel memiliki nilai signifikansi $> 0,05$.

Setelah pengujian menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* diketahui, maka dilakukan pengujian dengan menggunakan pendekatan kurva *P-P Plots*.

1) *P-P Plots* variabel Produk (X_1)

Gambar 4.3
P-P Plots Produk (X_1)

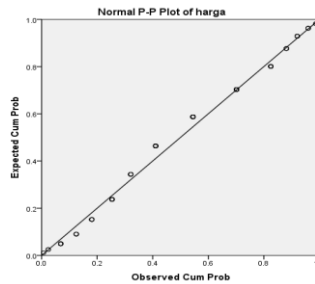


Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari hasil uji dengan menggunakan kurva *P-P Plots* pada normalitas data dengan *Normal P-P Plots* (Gambar 4.3), menunjukkan bahwa distribusi dengan titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data pada variabel produk yang digunakan dinyatakan berdistribusi normal. Artinya variabel data produk adalah normal. Suatu variabel dikatakan normal atau mendekati normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik data searah mengikuti garis diagonal.

2) P-P *Plots* variabel Harga (X_2)

Gambar 4.4
P-P *Plots* Harga (X_2)

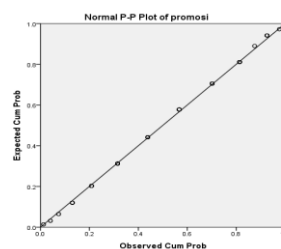


Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari hasil uji dengan menggunakan kurva P-P *Plots* pada normalitas data dengan *Normal P-P Plots* (Gambar 4.4), menunjukkan bahwa distribusi dengan titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data pada variabel harga yang digunakan dinyatakan berdistribusi normal. Artinya variabel data harga adalah normal. Suatu variabel dikatakan normal atau mendekati normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik data searah mengikuti garis diagonal.

3) P-P *Plots* variabel Promosi (X_3)

Gambar 4.5
P-P *Plots* Promosi (X_3)

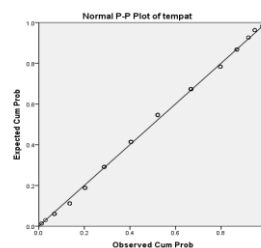


Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari hasil uji dengan menggunakan kurva P-P *Plots* pada normalitas data dengan *Normal P-P Plots* (Gambar 4.5), menunjukkan bahwa distribusi dengan titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data pada variabel promosi yang digunakan dinyatakan berdistribusi normal. Artinya variabel data promosi adalah normal. Suatu variabel dikatakan normal atau mendekati normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis dan penyebaran titik data searah mengikuti garis diagonal.

4) P-P *Plots* variabel Tempat (X_4)

Gambar 4.6
P-P *Plots* Tempat (X_4)

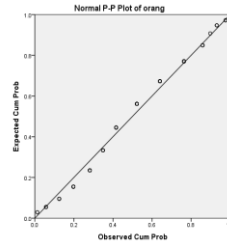


Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari hasil uji dengan menggunakan kurva P-P *Plots* pada normalitas data dengan *Normal P-P Plots* (Gambar 4.6), menunjukkan bahwa distribusi dengan titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data pada variabel tempat yang digunakan dinyatakan berdistribusi normal. Artinya variabel data tempat adalah normal. Suatu variabel dikatakan normal atau mendekati normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis dan penyebaran titik data searah mengikuti garis diagonal.

5) P-P *Plots* variabel Orang (X_5)

Gambar 4.7
P-P *Plots* Orang (X_5)

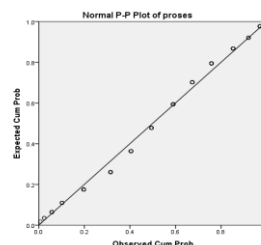


Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari hasil uji dengan menggunakan kurva P-P *Plots* pada normalitas data dengan *Normal P-P Plots* (Gambar 4.7), menunjukkan bahwa distribusi dengan titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data pada variabel orang yang digunakan dinyatakan berdistribusi normal. Artinya variabel data orang adalah normal. Suatu variabel dikatakan normal atau mendekati normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis dan penyebaran titik data searah mengikuti garis diagonal.

6) P-P *Plots* variabel Proses (X_6)

Gambar 4.8
P-P *Plots* Proses (X_6)

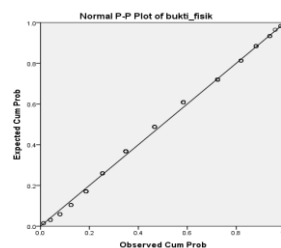


Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari hasil uji dengan menggunakan kurva P-P *Plots* pada normalitas data dengan *Normal P-P Plots* (Gambar 4.8), menunjukkan bahwa distribusi dengan titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data pada variabel proses yang digunakan dinyatakan berdistribusi normal. Artinya variabel data proses adalah normal. Suatu variabel dikatakan normal atau mendekati normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis dan penyebaran titik data searah mengikuti garis diagonal.

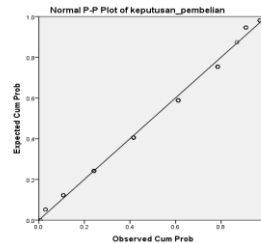
7) P-P *Plots* variabel Bukti Fisik (X_7)

Gambar 4.9
P-P *Plots* Bukti Fisik (X_7)



Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari hasil uji dengan menggunakan kurva P-P *Plots* pada normalitas data dengan *Normal P-P Plots* (Gambar 4.9), menunjukkan bahwa distribusi dengan titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data pada variabel bukti fisik yang digunakan dinyatakan berdistribusi normal. Artinya variabel data bukti fisik adalah normal. Suatu variabel dikatakan normal atau mendekati normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis dan penyebaran titik data searah mengikuti garis diagonal.

8) P-P *Plots* variabel Keputusan Pembelian (Y)**Gambar 4.10****P-P *Plots* Keputusan Pembelian (Y)**

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari hasil uji dengan menggunakan kurva P-P *Plots* pada normalitas data dengan *Normal P-P Plots* (Gambar 4.10), menunjukkan bahwa distribusi dengan titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data pada variabel keputusan pembelian yang digunakan dinyatakan berdistribusi normal. Artinya variabel data keputusan pembelian adalah normal. Suatu variabel dikatakan normal atau mendekati normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis dan penyebaran titik data searah mengikuti garis diagonal.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Cara menguji adanya multikolonieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai VIF tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolonieritas.

Tabel 4.30
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	7.064	.559		12.637	.000			
	Produk	.132	.042	.196	3.122	.002	.359	2.785	
	Harga	.081	.039	.131	2.107	.038	.367	2.728	
	Promosi	.171	.044	.242	3.853	.000	.360	2.780	
	Tempat	.096	.043	.142	2.231	.028	.352	2.839	
	Orang	.077	.036	.128	2.126	.037	.389	2.572	
	Proses	.072	.031	.122	2.318	.023	.508	1.967	
	bukti_fisik	.107	.040	.171	2.679	.009	.346	2.886	

a. Dependent Variable: keputusan_pembelian
Sumber: Data primer yang diolah, 2019

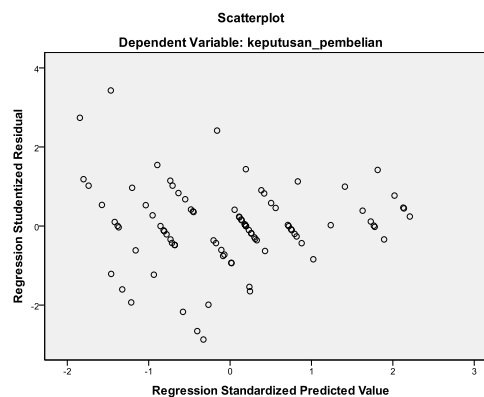
Berdasarkan tabel 4.30 di atas dapat diketahui bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) 2.785 untuk variabel produk (X_1), 2.728 untuk variabel harga (X_2), 2.780 untuk variabel promosi (X_3), 2.839 untuk variabel tempat (X_4), 2.572 untuk variabel orang (X_5), 2.1967 untuk variabel proses (X_6), 2.886 untuk variabel bukti fisik (X_7). Hasil ini berarti variabel-variabel tersebut terbebas dari asumsi klasik multikolonieritas, karena hasil nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) masing-masing variabel lebih kecil dari 10.

b. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar Scatterplot model. Dengan ketentuan tidak terdapat heteroskedastisitas jika:⁶⁴

- 1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola
- 2) Titik-titik data menyebar di atas dan dibawah atau disekitar angka 0 (nol)
- 3) Titik-titik daata tidak mengumpul hanya di atas atau dibawah saja.

Gambar 4.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan gambar 4.9 diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari asumsi heteroskedastisitas dikarenakan titik-titik data tidak berpola dan menyebar diatas dan dibawah angka 0 dan , sehingga grafik tersebut tidak bisa dibaca dengan jelas. Hasil ini memperlihatkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

⁶⁴ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT. Prestasi Putra Karya, 2009), hal-79-80

4. Uji Regresi Linier Berganda

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

Tabel 4.31
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.064	.559		12.637	.000
	Produk	.132	.042	.196	3.122	.002
	Harga	.081	.039	.131	2.107	.038
	Promosi	.171	.044	.242	3.853	.000
	Tempat	.096	.043	.142	2.231	.028
	Orang	.077	.036	.128	2.126	.037
	Proses	.072	.031	.122	2.318	.023
	bukti_fisik	.107	.040	.171	2.679	.009

a. Dependent Variable: keputusan_pembelian
Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel coefficients diperoleh persamaan regresi linier berganda dengan hasil sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + b_7 X_7 + e$$

$$Y = 7.064 + 0,132 X_1 + 0,081 X_2 + 0,171 X_3 + 0,096 X_4 + 0,077 X_5 + 0,072 X_6 + 0,107 X_7 + e$$

- a) Konstanta sebesar 7.064 artinya jika produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan bukti fisik nilainya 0 (nol) maka nilai keputusan pembelian sebesar 7.064.
- b) Koefisien regresi 0,132 X_1 (Produk) menyatakan bahwa jika produk mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,132.
- c) Koefisien regresi 0,081 X_2 (Harga) menyatakan bahwa jika harga mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,081.
- d) Koefisien regresi 0,171 X_3 (Promosi) menyatakan bahwa jika promosi mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,171.
- e) Koefisien regresi 0,096 X_4 (Tempat) menyatakan bahwa jika tempat mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,096.
- f) Koefisien regresi 0,077 X_5 (Orang) menyatakan bahwa jika orang mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,077.
- g) Koefisien regresi 0,072 X_6 (Proses) menyatakan bahwa jika proses mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,072.

- h) Koefisien regresi 0,107 X_7 (Bukti Fisik) menyatakan bahwa jika bukti fisik mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,107.

5. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap dependen, dimana jika t hitung $>$ t tabel maka uji regresi dikatakan signifikan atau dengan melihat angka signifikannya. Jika nilai sig. $<$ tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$), maka secara parsial atau sendiri-sendiri variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dengan ketentuan sebagai berikut:

H_0 : Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat

H_1 : Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individu) terhadap variabel dependen dapat dilihat pada tabel sebagai berikut

Tabel 4.32
Hasil Uji Parsial t (Parsial)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.064	.559		12.637	.000
	Produk	.132	.042	.196	3.122	.002
	Harga	.081	.039	.131	2.107	.038
	Promosi	.171	.044	.242	3.853	.000
	Tempat	.096	.043	.142	2.231	.028
	Orang	.077	.036	.128	2.126	.037
	Proses	.072	.031	.122	2.318	.023
	bukti_fisik	.107	.040	.171	2.679	.009

a. Dependent Variable: keputusan_pembelian

Sumber: Data primer diolah,2019

1) Menguji signifikansi variabel Produk (X_1)

Dalam tabel diatas terlihat t_{hitung} produk 3,122. Sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel t-test dengan $\alpha = 0,05$, $df = 81$ di dapat dari rumus $(n-k-1)$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabe x). Di dapat t_{tabel} adalah 1,989.

Variabel produk nilai sig. $0,002 < 0,05$ artinya produk berpengaruh sigifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,122 > 1,989$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien produk secara parsial berpengaruh signifikasi terhadap keputusan pembelian. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesis 1 yang berbunyi “produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian” dapat diterima.

2) Menguji signifikansi variabel Harga (X_2)

Dalam tabel diatas terlihat t_{hitung} harga 2,107. Sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel t-test dengan $\alpha = 0,05$, $df = 81$ di dapat dari rumus $(n-k-1)$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabe x). Di dapat t_{tabel} adalah 1,989.

Variabel harga nilai sig. $0,038 < 0,05$ artinya harga berpengaruh sigifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,107 > 1,989$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien harga secara parsial berpengaruh signifikasi terhadap keputusan pembelian. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesis 1 yang berbunyi “harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian” dapat diterima.

3) Menguji signifikansi variabel Promosi (X_3)

Dalam tabel diatas terlihat t_{hitung} jumlah pembiayaan 3,853. Sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel t-test dengan $\alpha = 0,05$, $df = 81$ di dapat dari rumus $(n-k-1)$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabe x). Di dapat t_{tabel} adalah 1,989.

Variabel pendapatan anggota nilai sig. $0,000 < 0,05$ artinya promosi berpengaruh sigifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,853 > 1,671$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien promosi secara parsial berpengaruh signifikasi terhadap keputusan pembelian. Hal ini

sekaligus menunjukkan bahwa hipotesis 1 yang berbunyi “promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian” dapat diterima.

4) Menguji signifikansi variabel Tempat (X_4)

Dalam tabel diatas terlihat t_{hitung} jangka waktu pembiayaan 2,231. Sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel t-test dengan $\alpha = 0,05$, $df = 81$ di dapat dari rumus $(n-k-1)$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabe x). Di dapat t_{tabel} adalah 1,989.

Variabel tempat nilai sig. $0,028 < 0,05$ artinya tempat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,231 > 1,989$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien tempat secara parsial berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesis 1 yang berbunyi “tempat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian” dapat diterima.

5) Menguji signifikansi variabel Orang (X_5)

Dalam tabel diatas terlihat t_{hitung} orang 2,126. Sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel t-test dengan $\alpha = 0,05$, $df = 81$ di dapat dari rumus $(n-k-1)$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabe x). Di dapat t_{tabel} adalah 1,989.

Variabel orang nilai sig. $0,037 < 0,05$ artinya orang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,126 > 1,671$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien orang secara parsial berpengaruh

signifikansi terhadap kelancaran pembayaran pembiayaan. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesis 1 yang berbunyi “orang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian” dapat diterima.

6) Menguji signifikansi variabel Proses (X_6)

Dalam tabel diatas terlihat t_{hitung} proses 2,318. Sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel t-test dengan $\alpha = 0,05$, $df = 81$ di dapat dari rumus $(n-k-1)$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabe x). Di dapat t_{tabel} adalah 1,989.

Variabel proses nilai sig. $0,023 < 0,05$ artinya proses berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,318 > 1,989$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien proses secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesis 1 yang berbunyi “proses berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian” dapat diterima.

7) Menguji signifikansi variabel Bukti Fisik (X_7)

Dalam tabel diatas terlihat t_{hitung} bukti fisik 2,679. Sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel t-test dengan $\alpha = 0,05$, $df = 81$ di dapat dari rumus $(n-k-1)$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabe x). Di dapat t_{tabel} adalah 1,989.

Variabel bukti fisik nilai sig. $0,009 < 0,05$ artinya bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,679 > 1,989$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga

dapat disimpulkan bahwa koefisien bukti fisik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesis 1 yang berbunyi “bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian” dapat diterima.

b. Uji F (Simultan)

Uji simultan atau uji F adalah uji statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah uji regresi yang dilakukan mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak, dimana jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka uji regresi dikatakan signifikan. Atau jika nilai sig. $< 0,05$, maka secara simultan atau bersama-sama pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah signifikan. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.33

Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	319.301	7	45.614	89.110	.000 ^a
	Residual	41.463	81	.512		
	Total	360.764	88			

a. Predictors: (Constant), bukti_fisik, harga, proses, promosi, orang, produk, tempat

b. Dependent Variable: keputusan_pembelian

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan dari hasil output diatas (ANOVA), terbaca nilai F_{hitung} sebesar 89,110 dan F_{tabel} sebesar 2,12. Sehingga dapat diketahui bahwa ($89,110 > 2,12$) dan nilai sig. (0,000) lebih kecil dari taraf

signifikansi ($\alpha = 0,05$). Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel independen (produk, harga, promosi, tempat, proses, dan bukti fisik) secara silmutan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besar variasi variabel independen dalam menerangkan variabel dependen atau menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan bukti fisik) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.34
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.941 ^a	.885	.875	.715

a. Predictors: (Constant), bukti_fisik, harga, proses, promosi, orang, produk, tempat

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Pada tabel 4.32 di atas (model summary) menunjukkan bahwa nilai R Square adalah 0,875 atau 87,5%. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel independen yaitu produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan bukti fisik mampu menjelaskan variabel dependen yaitu keputusan pembelian

sebesar 87,5%. Sedangkan sisanya ($100\% - 87,5\% = 12,5\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.