

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Profil Minimarket

Nama : Minimarket Doremi

Alamat : Jalan Raya Argowilis – Sendang. Ds. Dono, Kec. Sendang,  
Kab. Tulungagung

Kode Pos : 66254

Tahun Berdiri : 2012

##### 2. Struktur organisasi

- a. Pemimpin atau pemilik usaha: Abdul Malik
- b. Karyawan minimarket

**Tabel 4.1**

**Karyawan Minimarket Doremi**

No.	Nama	Jabatan	Lama Bekerja
1	Juwariyah	Karyawan	6 Tahun
2	Yusi	Karyawan	5 Tahun
3	Endang	Pembukuan	4 Tahun
4	Luis	Pembukuan	3 Tahun
5	Wulan	Karyawan	2,5 Tahun
6	Asdi	Karyawan	1 Tahun
7	Narpin	<i>Cleaning service</i>	2,5 Tahun
8	Siska	<i>Cleaning service</i>	6 Bulan

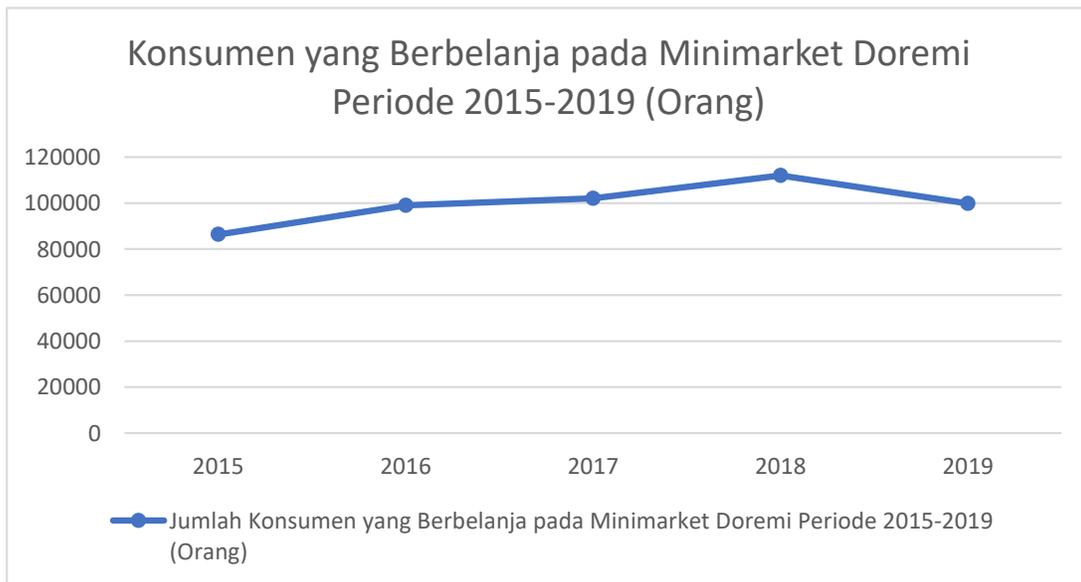
Sistem kerja yang diterapkan di minimarket Doremi yaitu dengan sistem sift yang terbagi menjadi:

- 1) Jam 07.00 pagi – jam 14.00 sore
- 2) Jam 14.00 sore – jam 21.00 malam

Secara umum ada peningkatan jumlah pengunjung pada periode Januari tahun 2015 sampai periode Desember tahun 2018. Seperti gambar 4.1. Pada gambar tersebut dapat dilihat ada peningkatan yang mulai signifikan pada periode tahun 2015 hingga periode tahun 2018. Sejak periode tersebut jumlah konsumen yang berbelanja di minimarket Doremi cenderung terus meningkat meskipun ada penurunan pada periode 2019.

**Gambar 4.1**

**Jumlah Konsumen yang Berbelanja pada Minimarket Doremi Periode 2015-2019**



**Gambar 4.2****Jumlah Konsumen yang Berbelanja pada Minimarket Doremi tahun 2015****Gambar 4.3****Jumlah Konsumen yang Berbelanja pada Minimarket Doremi tahun 2016****Gambar 4.4****Jumlah Konsumen yang Berbelanja pada Minimarket Doremi tahun 2017**

Gambar 4.5

### Jumlah Konsumen yang Berbelanja pada Minimarket Doremi tahun 2018



Gambar 4.6

### Jumlah Konsumen yang Berbelanja pada Minimarket Doremi tahun 2019



Penurunan jumlah konsumen yang berbelanja di minimarket Doremi terjadi pada tahun 2019 dikarenakan pada periode tersebut semakin tingginya persaingan ritel format meliputi toko tematik (toko khusus), toko kelontong, minimarket, hypermarket, *department store* dengan sistem pelayanan *self service* atau swalayan yang di bangun di sekitar minimarket

Doremi di Kecamatan Sendang yang akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

## B. Deskripsi Data

Data Deskriptif responden digunakan untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Penyajian data deskriptif penelitian ini bertujuan agar dapat dilihat dari profil dari data penelitian tersebut dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Populasi dan sampel penelitian ini adalah seluruh konsumen minimarket Doremi yang datang untuk berbelanja saat penelitian berlangsung. Adapun jumlah sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 75 konsumen dengan teknik *purposive sampling*. Setiap responden diberikan angket untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah disediakan yang diukur dengan menggunakan skala likert.

### 1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai identitas jenis kelamin responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Jenis Kelamin Responden**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Laki-Laki	16	21,3%
Perempuan	59	78,7%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Dari tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa dari 75 responden, jumlah responden perempuan lebih banyak daripada jumlah responden laki-laki. Jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 16 responden atau 21,3%, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 59 responden atau sebanyak 78,7%.

## 2. Usia Responden

Adapun data mengenai identitas usia responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Usia Responden**

Usia	Jumlah	Persentase
< 20 Tahun	17	22,7%
20-30 Tahun	51	68%
30- 40 Tahun	6	8%
> 40 Tahun	1	1,3%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Dari tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa dari 75 responden terdiri dari 17 orang atau 22,7% dengan usia kurang dari 20 tahun, 51 orang atau 68% dengan usia antara 20-30 tahun, 6 orang atau 8% dengan usia antara 30-40 tahun dan 1 orang atau 1,3% dengan usia lebih dari 40 tahun.

## 3. Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai identitas pekerjaan responden sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Pekerjaan Responden**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Pelajar	16	21,3%
Mahasiswa/i	14	18,7%
PNS	2	2,7%
Karyawan Swasta	24	32%
Wiraswasta	13	17,3%
Ibu Rumah Tangga	6	8%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Dari tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa dari 75 responden terdiri dari 16 orang atau 21,3% berprofesi sebagai pelajar, 14 orang atau 18,7% berprofesi sebagai mahasiswa/i, 2 orang atau 2,7% berprofesi sebagai PNS, 24 orang atau 32% berprofesi sebagai karyawan swasta, 13 orang atau 17,3% berprofesi sebagai wiraswasta dan 6 orang atau 8% berprofesi sebagai ibu rumah tangga.

#### 4. Intensitas Pembelian Responden

Adapun data mengenai intensitas pembelian responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Intensitas Pembelian Responden**

<b>Intensitas Pembelian Responden</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Satu kali	9	12%
Lebih dari satu kali	66	88%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Dari tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa dari 75 responden terdiri dari 9 orang atau 12% yang melakukan pembelian sebanyak satu kali, dan 66 orang atau 88% yang melakukan pembelian lebih dari satu kali.

## C. Analisis Data

### 1. Deskripsi Variabel

Deskripsi variabel menjelaskan secara deskriptif mengenai variabel bebas dan variabel terikat. Berikut penjelasan secara deskriptif tanggapan responden yang terkait variabel penelitian yaitu *store atmosphere*, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen minimarket.

5 = sangat baik

4 = baik

3 = ragu-ragu/netral

2 = tidak baik

1 = sangat tidak baik

#### a. Deskripsi Responden Variabel *Store Atmosphere* ( $X_1$ )

1) Indikator *Eksterior*/ Bagian Luar Toko ( $X_{1.1}$ )

**Tabel 4.6**

#### **Hasil Kuesioner Pernyataan ( $X_{1.1.1}$ )**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Papan nama di minimarket	STS	1	0	0%	0
	TS	2	0	0%	0

Doremi terlihat jelas	N	3	2	2,7%	6
	S	4	38	50,7%	152
	SS	5	35	46,7%	175
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>327</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,44</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>3</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,551</b>

Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0

Analisis:

Dari tabel 4.6 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab netral 2,7%, setuju 50,7% dan sangat setuju 46,7%. Serta dapat diketahui mean 4,44, nilai minimum 3, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,551. Berdasarkan nilai mean 4,44 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa pemasangan papan nama di minimarket Doremi terlihat jelas berpengaruh baik terhadap konsumen.

**Tabel 4.7**

**Hasil Kuesioner Pernyataan (X<sub>1.1.2</sub>)**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Minimarket Doremi memiliki fasilitas lahan parkir yang luas	STS	1	0	0%	0
	TS	2	0	0%	0
	N	3	2	2,7%	6
	S	4	39	52%	156
	SS	5	34	45,3%	170
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>332</b>

<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>	<b>4,43</b>
<b>Nilai Minimum</b>	<b>3</b>
<b>Nilai Maximum</b>	<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>	<b>0,550</b>

Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0

Analisis:

Dari tabel 4.7 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab netral 2,7%, setuju 52% dan sangat setuju 45,3%. Serta dapat diketahui mean 4,43, nilai minimum 3, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,550. Berdasarkan nilai mean 4,43 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa fasilitas lahan parkir yang luas di minimarket Doremi berpengaruh baik terhadap konsumen.

2) Indikator *General Interior*/Bagian dalam Toko ( $X_{1.2}$ )

**Tabel 4.8**

**Hasil Kuesioner Pernyataan ( $X_{1.2.1}$ )**

<b>Item Pernyataan</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Skala</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>Skala x F</b>
Minimarket Doremi memiliki pencahayaan yang terang	STS	1	0	0%	0
	TS	2	0	0%	0
	N	3	4	5,3%	12
	S	4	46	61,3%	184
	SS	5	25	33,3%	125
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>321</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,28</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>3</b>

<b>Nilai Maximum</b>	<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>	<b>0,559</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.8 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab netral 5,3%, setuju 61,3% dan sangat setuju 33,3%. Serta dapat diketahui mean 4,28, nilai minimum 3, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,559. Berdasarkan nilai mean 4,28 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa minimarket Doremi memiliki pencahayaan yang terang berpengaruh baik terhadap konsumen.

**Tabel 4.9**

**Hasil Kuesioner Pernyataan (X<sub>1.2.2</sub>)**

<b>Item Pernyataan</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Skala</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>Skala x F</b>
Kondisi ruangan di minimarket Doremi bersih dan nyaman	STS	1	0	0%	0
	TS	2	0	0%	0
	N	3	2	2,7%	6
	S	4	47	62,7%	188
	SS	5	26	34,7%	130
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>324</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,32</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>3</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,524</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.9 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab netral 2,7%, setuju 62,7% dan sangat setuju 34,7%. Serta dapat diketahui mean 4,32, nilai minimum 3, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,524. Berdasarkan nilai mean 4,32 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa kondisi ruangan di minimarket Doremi bersih dan nyaman berpengaruh baik terhadap konsumen.

3) Indikator *Store Layout*/Tata Letak Toko ( $X_{1.3}$ )

**Tabel 4.10**

**Hasil Kuesioner Pernyataan ( $X_{1.3.1}$ )**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Sistem pengelompokan barang di minimarket Doremi sistematis	STS	1	0	0%	0
	TS	2	0	0%	0
	N	3	3	4%	9
	S	4	50	66,7%	200
	SS	5	22	29,3%	110
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>319</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,25</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>3</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,522</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.10 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab netral 4%, setuju 66,7% dan sangat setuju 29,3%. Serta dapat diketahui mean 4,25, nilai minimum 3, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,522. Berdasarkan nilai mean 4,25 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa sistem pengelompokan barang di minimarket Doremi sistematis berpengaruh baik terhadap konsumen.

**Tabel 4.11**

**Hasil Kuesioner Pernyataan (X<sub>1.3.2</sub>)**

<b>Item Pernyataan</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Skala</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>Skala x F</b>
Jarak antar rak mendukung kelancaran lalu lintas pengunjung minimarket Doremi	STS	1	0	0%	0
	TS	2	0	0%	0
	N	3	2	2,7%	6
	S	4	52	69,3%	208
	SS	5	21	28%	105
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>319</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,25</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>3</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,496</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.11 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab netral 2,7%, setuju 69,3% dan sangat setuju 28%. Serta dapat diketahui mean 4,25, nilai minimum 3, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,496. Berdasarkan nilai mean 4,25 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa jarak antar rak mendukung kelancaran lalu lintas pengunjung minimarket Doremi berpengaruh baik terhadap konsumen.

4) Indikator *Interior POP Display* ( $X_{1.4}$ )

**Tabel 4.12**

**Hasil Kuesioner Pernyataan ( $X_{1.4.1}$ )**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Pemasangan tanda petunjuk produk di minimaket Doremi memudahkan saya dalam mencari produk yang saya inginkan	STS	1	0	0%	0
	TS	2	0	0%	0
	N	3	2	2,7%	6
	S	4	52	69,3%	208
	SS	5	21	28%	105
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>319</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,25</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>3</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>

<b>Standar Deviasi</b>	<b>0,496</b>
------------------------	--------------

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.12 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab netral 2,7%, setuju 69,3% dan sangat setuju 28%. Serta dapat diketahui mean 4,25, nilai minimum 3, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,496. Berdasarkan nilai mean 4,25 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa pemasangan tanda petunjuk produk di minimarket Doremi berpengaruh baik terhadap konsumen.

**Tabel 4.13**

**Hasil Kuesioner Pernyataan (X<sub>1.4.2</sub>)**

<b>Item Pernyataan</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Skala</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>Skala x F</b>
Pemasangan tanda produk memudahkan saya dalam mencari suatu produk	STS	1	0	0%	0
	TS	2	0	0%	0
	N	3	2	2,7%	6
	S	4	56	74,7%	224
	SS	5	17	22,7%	85
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>315</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,20</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>3</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,465</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.13 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab netral 2,7%, setuju 74,7% dan sangat setuju 22,7%. Serta dapat diketahui mean 4,20, nilai minimum 3, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,465. Berdasarkan nilai mean 4,20 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa pemasangan tanda produk di minimarket Doremi berpengaruh baik terhadap konsumen.

#### b. Rangkuman Deskripsi Variabel *Store Atmosphere*

**Tabel 4.14**

#### **Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Store Atmosphere***

No.	Butir	Tanggapan Responden										Persentase
		STS		TS		N		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	P1	0	0%	0	0%	2	2,7%	38	50,7%	35	46,7%	75(100)%
2	P2	0	0%	0	0%	2	2,7%	39	52%	34	45,3%	75(100)%
3	P3	0	0%	0	0%	4	5,3%	46	61,3%	25	33,3%	75(100)%
4	P4	0	0%	0	0%	2	2,7%	47	62,7%	26	34,7%	75(100)%
5	P5	0	0%	0	0%	3	4%	50	66,7%	22	29,3%	75(100)%
6	P6	0	0%	0	0%	2	2,7%	52	69,3%	21	28%	75(100)%
7	P7	0	0%	0	0%	2	2,7%	52	69,3%	21	28%	75(100)%
8	P8	0	0%	0	0%	2	2,7%	56	74,7%	17	22,7%	75(100)%

Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0

Berdasarkan tabel 4.14 di atas maka dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terhadap variabel *Store Atmosphere* menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju terbanyak pada pernyataan “Pemasangan tanda produk memudahkan saya dalam mencari suatu produk” (P8) dengan persentase 74,7%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Minimarket Doremi di Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung memiliki tanggapan yang baik mengenai *Store Atmosphere* yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

**c. Deskripsi Responden Variabel Keragaman Produk (X<sub>2</sub>)**

1) Indikator Kelengkapan produk (X<sub>2.1</sub>)

**Tabel 4.15**

**Hasil Kuesioner Pernyataan (X<sub>2.1.1</sub>)**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Jenis produk yang ditawarkan di minimarket Doremi bervariasi	STS	1	0	0%	0
	TS	2	0	0%	0
	N	3	2	2,7%	6
	S	4	36	48%	144
	SS	5	37	49,3%	185
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>335</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,47</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>3</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,553</b>

Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0

Analisis:

Dari tabel 4.15 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab netral 2,7%, setuju 48% dan sangat setuju 49,3%. Serta dapat diketahui mean 4,47, nilai minimum 3, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,553. Berdasarkan nilai mean 4,47 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa jenis produk yang ditawarkan di minimarket Doremi bervariasi berpengaruh baik terhadap konsumen.

**Tabel 4.16**

**Hasil Kuesioner Pernyataan (X<sub>2.1.2</sub>)**

<b>Item Pernyataan</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Skala</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>Skala x F</b>
Jenis produk yang ditawarkan di minimarket Doremi lengkap	STS	1	0	0%	0
	TS	2	0	0%	0
	N	3	9	12%	27
	S	4	40	53,3%	160
	SS	5	26	34,7%	130
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>317</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,23</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>3</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,649</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.16 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab netral 12%, setuju

53,3% dan sangat setuju 34,7%. Serta dapat diketahui mean 4,23, nilai minimum 3, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,649. Berdasarkan nilai mean 4,23 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa jenis produk yang ditawarkan di minimarket Doremi lengkap berpengaruh baik terhadap konsumen.

2) Indikator Merek produk ( $X_{2.2}$ )

**Tabel 4.17**  
**Hasil Kuesioner Pernyataan ( $X_{2.2.1}$ )**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Berbagai macam merk produk tersedia di minimarket Doremi	STS	1	0	0%	0
	TS	2	0	0%	0
	N	3	9	12%	27
	S	4	45	60%	180
	SS	5	21	28%	105
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>312</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,16</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>3</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,616</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.17 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab netral 12%, setuju 60% dan sangat setuju 28%. Serta dapat diketahui mean 4,16, nilai minimum 3, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,616. Berdasarkan nilai mean

4,16 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa berbagai macam merk produk tersedia di minimarket Doremi berpengaruh baik terhadap konsumen.

**Tabel 4.18**  
**Hasil Kuesioner Pernyataan (X<sub>2.2.2</sub>)**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Minimarket Doremi juga menyediakan merk produk yang terbaru	STS	1	0	0%	0
	TS	2	0	0%	0
	N	3	5	6,7%	15
	S	4	59	78,7%	236
	SS	5	11	14,7%	55
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>306</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,08</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>3</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,458</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.18 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab netral 6,7%, setuju 78,7% dan sangat setuju 14,7%. Serta dapat diketahui mean 4,08, nilai minimum 3, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,458. Berdasarkan nilai mean 4,08 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa minimarket Doremi juga menyediakan merk produk yang terbaru berpengaruh baik terhadap konsumen.

3) Indikator Variasi ukuran produk (X<sub>2.3</sub>)

**Tabel 4.19**  
**Hasil Kuesioner Pernyataan (X<sub>2.3.1</sub>)**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Pilihan ukuran produk yang ditampilkan di minimarket Doremi bervariasi	STS	1	0	0%	0
	TS	2	0	0%	0
	N	3	3	4%	9
	S	4	43	57,3%	172
	SS	5	29	38,7%	145
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>326</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,35</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>3</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,557</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.19 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab netral 4%, setuju 57,3% dan sangat setuju 38,7%. Serta dapat diketahui mean 4,35, nilai minimum 3, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,557. Berdasarkan nilai mean 4,35 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa pilihan ukuran produk yang ditampilkan di minimarket Doremi bervariasi berpengaruh baik terhadap konsumen.

**Tabel 4.20**  
**Hasil Kuesioner Pernyataan (X<sub>2.3.2</sub>)**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Pilihan ukuran produk yang ditampilkan di minimarket Doremi lengkap	STS	1	0	0%	0
	TS	2	0	0%	0
	N	3	9	12%	27
	S	4	48	64%	192
	SS	5	18	24%	90
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>309</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,12</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>3</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,592</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.20 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab netral 12%, setuju 64% dan sangat setuju 24%. Serta dapat diketahui mean 4,12, nilai minimum 3, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,592. Berdasarkan nilai mean 4,12 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa pilihan ukuran produk yang ditampilkan di minimarket Doremi lengkap berpengaruh baik terhadap konsumen.

4) Indikator Variasi kualitas produk (X<sub>2.4</sub>)

**Tabel 4.21**  
**Hasil Kuesioner Pernyataan (X<sub>2.4.1</sub>)**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Kualitas produk yang ditawarkan di minimarket Doremi bervariasi sesuai keinginan konsumen	STS	1	0	0%	0
	TS	2	0	0%	0
	N	3	5	6,7%	15
	S	4	37	49,3%	148
	SS	5	33	44%	165
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>328</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,37</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>3</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,610</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.21 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab netral 6,7%, setuju 49,3% dan sangat setuju 44%. Serta dapat diketahui mean 4,37, nilai minimum 3, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,610. Berdasarkan nilai mean 4,37 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa kualitas produk yang ditawarkan di minimarket Doremi bervariasi berpengaruh baik terhadap konsumen.

**Tabel 4.22**  
**Hasil Kuesioner Pernyataan (X<sub>2.4.2</sub>)**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Terdapat variasi produk yang dijual di minimarket Doremi, namun tidak ada yang melewati batas <i>Expired</i>	STS	1	0	0%	0
	TS	2	0	0%	0
	N	3	9	12%	27
	S	4	39	52%	156
	SS	5	27	36%	135
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>318</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,24</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>3</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,654</b>

Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0

Analisis:

Dari tabel 4.22 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab netral 12%, setuju 52% dan sangat setuju 36%. Serta dapat diketahui mean 4,24, nilai minimum 3, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,654. Berdasarkan nilai mean 4,24 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa variasi produk yang dijual tidak melebihi batas *expired* berpengaruh baik terhadap konsumen.

**d. Rangkuman Deskripsi Variabel Keragaman Produk**

**Tabel 4.23**

**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keragaman Produk**

No.	Butir	Tanggapan Responden										Persentase
		STS		TS		N		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	P1	0	0%	0	0%	2	2,7%	36	48%	37	49,3%	75(100)%
2	P2	0	0%	0	0%	3	12%	40	53,3%	26	34,7%	75(100)%
3	P3	0	0%	0	0%	9	12%	45	60%	21	28%	75(100)%
4	P4	0	0%	0	0%	5	6,7%	59	78,7%	11	14,7%	75(100)%
5	P5	0	0%	0	0%	3	4%	43	57,3%	29	38,7%	75(100)%
6	P6	0	0%	0	0%	9	12%	48	64%	18	24%	75(100)%
7	P7	0	0%	0	0%	5	6,7%	37	49,3%	33	44%	75(100)%
8	P8	0	0%	0	0%	9	12%	39	52%	27	36%	75(100)%

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Berdasarkan tabel 4.23 di atas maka dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terhadap variabel keragaman produk menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju terbanyak pada pernyataan “Minimarket Doremi juga menyediakan merk produk yang terbaru” (P4) dengan persentase 78,7%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Minimarket Doremi di Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung memiliki tanggapan yang baik mengenai keragaman produk yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

e. Deskripsi Responden Variabel Harga (X<sub>3</sub>)

1) Indikator Keterjangkauan Harga (X<sub>3.1</sub>)

**Tabel 4.24**

**Hasil Kuesioner Pernyataan (X<sub>3.1.1</sub>)**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Harga yang ditetapkan di minimarket Doremi bervariasi dan terjangkau	STS	1	0	0%	0
	TS	2	2	2,7%	4
	N	3	7	9,3%	21
	S	4	29	38,7%	116
	SS	5	37	49,3%	185
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>326</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,35</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>2</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,762</b>

Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0

Analisis:

Dari tabel 4.24 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab tidak setuju 2,7%, netral 9,3%, setuju 38,7% dan sangat setuju 49,3%. Serta dapat diketahui mean 4,35, nilai minimum 2, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,762. Berdasarkan nilai mean 4,35 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan di minimarket Doremi bervariasi dan terjangkau berpengaruh baik terhadap konsumen.

**Tabel 4.25**  
**Hasil Kuesioner Pernyataan (X<sub>3.1.2</sub>)**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Harga di minimarket Doremi terjangkau sesuai dengan langka atau tidaknya suatu produk	STS	1	0	0%	0
	TS	2	1	1,3%	2
	N	3	2	2,7%	6
	S	4	37	49,3%	148
	SS	5	35	46,7%	175
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>331</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,41</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>2</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,617</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.25 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab tidak setuju 1,3%, netral 2,7%, setuju 49,3% dan sangat setuju 46,7%. Serta dapat diketahui mean 4,41, nilai minimum 2, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,617. Berdasarkan nilai mean 4,41 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa keterjangkauan harga sesuai dengan langka atau tidaknya suatu produk berpengaruh baik terhadap konsumen.

2) Indikator Kesesuaian antara harga dengan kualitas (X<sub>3.2</sub>)

**Tabel 4.26**  
**Hasil Kuesioner Pernyataan (X<sub>3.2.1</sub>)**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Harga jual produk di minimarket Doremi sesuai dengan kualitas merk produk yang tersedia	STS	1	0	0%	0
	TS	2	0	0%	0
	N	3	3	4%	9
	S	4	38	50,7%	152
	SS	5	34	45,3%	170
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>331</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,41</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>3</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,572</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.26 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab netral 4%, setuju 50,7% dan sangat setuju 45,3%. Serta dapat diketahui mean 4,41, nilai minimum 3, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,572. Berdasarkan nilai mean 4,41 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa harga jual produk di minimarket Doremi sesuai dengan kualitas merk produk yang tersedia berpengaruh baik terhadap konsumen.

**Tabel 4.27**  
**Hasil Kuesioner Pernyataan (X<sub>3.2.2</sub>)**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Harga produk yang dijual di minimarket Doremi sesuai dengan kualitas jenis produk yang tersedia	STS	1	0	0%	0
	TS	2	0	0%	0
	N	3	4	5,3%	12
	S	4	39	52%	156
	SS	5	32	42,7%	160
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>328</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,37</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>3</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,588</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.27 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab netral 5,3%, setuju 52% dan sangat setuju 42,7%. Serta dapat diketahui mean 4,37, nilai minimum 3, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,588. Berdasarkan nilai mean 4,37 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa harga produk yang dijual di minimarket Doremi sesuai dengan kualitas jenis produk yang tersedia berpengaruh baik terhadap konsumen.

3) Indikator Kesesuaian antara harga dengan manfaat ( $X_{3.3}$ )

**Tabel 4.28**  
**Hasil Kuesioner Pernyataan ( $X_{3.3.1}$ )**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Harga jual produk di minimarket Doremi sesuai dengan maanfaat yang saya dapatkan	STS	1	0	0%	0
	TS	2	0	0%	0
	N	3	4	5,3%	12
	S	4	43	57,3%	172
	SS	5	28	37,3%	140
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>324</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,32</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>3</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,573</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.28 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab netral 5,3%, setuju 57,3% dan sangat setuju 37,3%. Serta dapat diketahui mean 4,32, nilai minimum 3, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,573. Berdasarkan nilai mean 4,32 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa harga jual produk di minimarket Doremi sesuai dengan manfaat yang di dapatkan berpengaruh baik terhadap konsumen.

**Tabel 4.29**  
**Hasil Kuesioner Pernyataan (X<sub>3.3.2</sub>)**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Harga produk yang dijual di minimarket Doremi sesuai dengan mutu produknya	STS	1	0	0%	0
	TS	2	0	0%	0
	N	3	10	13,3%	30
	S	4	37	49,3%	148
	SS	5	28	37,3%	140
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>318</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,24</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>3</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,675</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.29 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab netral 13,3%, setuju 49,3 % dan sangat setuju 37,3%. Serta dapat diketahui mean 4,24, nilai minimum 3, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,675. Berdasarkan nilai mean 4,24 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa harga produk yang dijual di minimarket Doremi sesuai dengan mutu produknya berpengaruh baik terhadap konsumen.

4) Indikator Persaingan Harga ( $X_{3.4}$ )

**Tabel 4.30**  
**Hasil Kuesioner Pernyataan ( $X_{3.4.1}$ )**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Harga produk yang dijual di minimarket doremi lebih rendah dari produk yang dijual di minimarket lainnya	STS	1	0	0%	0
	TS	2	4	5,3%	8
	N	3	6	8%	18
	S	4	39	52%	156
	SS	5	26	34,7%	130
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>312</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,16</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>2</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,789</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.30 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab tidak setuju 5,3%, netral 8%, setuju 52% dan sangat setuju 34,7%. Serta dapat diketahui mean 4,16, nilai minimum 2, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,789. Berdasarkan nilai mean 4,16 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa harga produk yang dijual di minimarket doremi

lebih rendah dari produk yang dijual di minimarket lainnya berpengaruh baik terhadap konsumen.

**Tabel 4.31**  
**Hasil Kuesioner Pernyataan (X<sub>3.4.2</sub>)**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Perubahan harga tidak mempengaruhi saya untuk berpindah ke minimarket lainnya	STS	1	0	0%	0
	TS	2	1	1,3%	2
	N	3	19	25,3%	57
	S	4	37	49,3%	148
	SS	5	18	24%	90
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>297</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>3,96</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>2</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,743</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.31 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab tidak setuju 1,3%, netral 25,3%, setuju 49,3% dan sangat setuju 24%. Serta dapat diketahui mean 3,96, nilai minimum 2, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,743. Berdasarkan nilai mean 3,96 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa perubahan harga tidak mempengaruhi untuk berpindah ke minimarket lainnya berpengaruh baik terhadap konsumen.

**f. Rangkuman Deskripsi Variabel Harga**

**Tabel 4.32**

**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga**

No.	Butir	Tanggapan Responden										Persentase
		STS		TS		N		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	P1	0	0%	2	2,7%	7	9,3%	29	38,7%	37	49,3%	75(100)%
2	P2	0	0%	1	1,3%	2	2,7%	37	49,3%	35	46,7%	75(100)%
3	P3	0	0%	0	0%	3	4%	38	50,7%	34	45,3%	75(100)%
4	P4	0	0%	0	0%	4	5,3%	39	52%	32	42,7%	75(100)%
5	P5	0	0%	0	0%	4	5,3%	43	57,3%	28	37,3%	75(100)%
6	P6	0	0%	0	0%	10	13,3%	37	49,3%	28	37,3%	75(100)%
7	P7	0	0%	4	5,3%	6	8%	39	52%	26	34,7%	75(100)%
8	P8	0	0%	1	1,3%	19	25,3%	37	49,3%	18	24%	75(100)%

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Berdasarkan tabel 4.32 di atas maka dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terhadap variabel harga menunjukkan bahwa sebagian

besar responden memberikan tanggapan setuju terbanyak pada pernyataan “Harga jual produk di minimarket Doremi sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan” (P5) dengan persentase 57,3%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen minimarket Doremi di Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung memiliki tanggapan yang baik mengenai harga yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

**g. Deskripsi Responden Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)**

1) Indikator Pengenalan masalah (Y<sub>1</sub>)

**Tabel 4.33**  
**Hasil Kuesioner Pernyataan (Y<sub>1.1</sub>)**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Saya sudah lama mengenal minimarket Doremi	STS	1	0	0%	0
	TS	2	0	0%	0
	N	3	2	2,7%	6
	S	4	39	52%	156
	SS	5	34	45,3%	170
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>332</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,43</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>3</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,550</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.33 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab netral 2,7%, setuju 52%

dan sangat setuju 45,3%. Serta dapat diketahui mean 4,43, nilai minimum 3, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,550. Berdasarkan nilai mean 4,43 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa pengenalan minimarket Doremi sudah lama berpengaruh baik terhadap konsumen.

**Tabel 4.34**  
**Hasil Kuesioner Pernyataan (Y<sub>1.2</sub>)**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Saya mengenal minimarket Doremi masih baru ini	STS	1	10	13,3%	10
	TS	2	31	41,3%	62
	N	3	22	29,3%	66
	S	4	9	12%	36
	SS	5	3	4%	15
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>189</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>2,52</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>1</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>1,005</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.34 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat tidak setuju 13,3%, tidak setuju 41,3%, netral 29,3%, setuju 12% dan sangat setuju 4%. Serta dapat diketahui mean 2,52, nilai minimum 1, nilai maximum 5, dan standar deviasi 1,005. Berdasarkan nilai mean 2,52 dapat

dibulatkan menjadi 3 yang menunjukkan bahwa pengenalan minimarket Doremi masih baru ini berpengaruh ragu-ragu/netral terhadap konsumen.

2) Indikator Pencarian Informasi (Y<sub>2</sub>)

**Tabel 4.35**  
**Hasil Kuesioner Pernyataan (Y<sub>2.1</sub>)**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Sebelum saya membeli produk yang dijual di minimarket doremi, terlebih dahulu saya membandingkan produk yang dijual di minimarket lain	STS	1	4	5,3%	4
	TS	2	6	8%	12
	N	3	18	24%	54
	S	4	35	46,7%	140
	SS	5	12	16%	60
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>270</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>3,60</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>1</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>1,027</b>

Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0

Analisis:

Dari tabel 4.35 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat tidak setuju 5,3% tidak setuju 8%, netral 24%, setuju 46,7% dan sangat setuju 16%.

Serta dapat diketahui mean 3,60, nilai minimum 1, nilai maximum 5, dan standar deviasi 1,027. Berdasarkan nilai mean 3,60 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa perbandingan produk yang dijual di minimarket lain berpengaruh baik terhadap konsumen.

**Tabel 4.36**  
**Hasil Kuesioner Pernyataan (Y<sub>2.2</sub>)**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Saya mendapatkan informasi produk yang dijual di minimarket doremi dari teman saya	STS	1	1	1,3%	1
	TS	2	12	16%	24
	N	3	11	14,7%	33
	S	4	33	44%	132
	SS	5	18	24%	90
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>280</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>3,73</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>1</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>1,044</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.36 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab sangat tidak setuju 1,3%, tidak setuju 16%, netral 14,7%, setuju 44% dan sangat setuju 24%. Serta dapat diketahui mean 3,73, nilai minimum 1, nilai maximum 5, dan standar deviasi 1,044. Berdasarkan nilai mean 3,73 dapat

dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa perolehan informasi produk yang dijual di minimarket doremi dari teman berpengaruh baik terhadap konsumen.

3) Indikator Evaluasi Alternatif ( $Y_3$ )

**Tabel 4.37**  
**Hasil Kuesioner Pernyataan ( $Y_{3.1}$ )**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Saya memilih minimarket Doremi sebagai alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan saya	STS	1	0	0%	0
	TS	2	2	2,7%	4
	N	3	7	9,3%	21
	S	4	50	66,7%	200
	SS	5	16	21,3%	80
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>305</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,07</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>2</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,644</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.37 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab tidak setuju 2,7%, netral 9,3%, setuju 66,7% dan sangat setuju 21,3%. Serta dapat diketahui mean 4,07, nilai minimum 2, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,644. Berdasarkan nilai mean 4,07 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa pemilihan minimarket Doremi sebagai

alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan berpengaruh baik terhadap konsumen.

**Tabel 4.38**  
**Hasil Kuesioner Pernyataan (Y<sub>3.2</sub>)**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Saya memilih minimarket Doremi karena memiliki nilai lebih dibandingkan dengan minimarket lainnya	STS	1	0	0%	0
	TS	2	1	1,3%	2
	N	3	13	17,3%	39
	S	4	47	62,7%	188
	SS	5	14	18,7%	70
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>299</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>3,99</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>2</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,647</b>

Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0

Analisis:

Dari tabel 4.38 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab tidak setuju 1,3%, netral 17,3%, setuju 62,7% dan sangat setuju 18,7%. Serta dapat diketahui mean 3,99, nilai minimum 2, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,647. Berdasarkan nilai mean 3,99 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa pemilihan minimarket Doremi karena

memiliki nilai lebih dibandingkan dengan minimarket lainnya berpengaruh baik terhadap konsumen.

4) Indikator Keputusan Pembelian ( $Y_4$ )

**Tabel 4.39**  
**Hasil Kuesioner Pernyataan ( $Y_{4.1}$ )**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Saya yakin untuk membeli produk yang dijual di minimarket doremi berdasarkan kebutuhan	STS	1	0	0%	0
	TS	2	1	1,3%	2
	N	3	6	8%	18
	S	4	53	70,7%	212
	SS	5	15	20%	75
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>307</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,09</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>2</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,574</b>

Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0

Analisis:

Dari tabel 4.39 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab tidak setuju 1,3%, netral 8%, setuju 70,7% dan sangat setuju 20%. Serta dapat diketahui mean 4,09, nilai minimum 2, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,574. Berdasarkan nilai mean 4,09 dapat dibulatkan menjadi 4 yang

menunjukkan bahwa keyakinan untuk membeli produk berdasarkan kebutuhan berpengaruh baik terhadap konsumen.

**Tabel 4.40**  
**Hasil Kuesioner Pernyataan (Y<sub>4.2</sub>)**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Saya yakin untuk membeli produk yang dijual di minimarket doremi berdasarkan keunggulan merk	STS	1	0	0%	0
	TS	2	0	0%	0
	N	3	12	16%	36
	S	4	36	48%	144
	SS	5	27	36%	135
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>315</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,20</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>3</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,697</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.40 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab netral 16%, setuju 48% dan sangat setuju 36%. Serta dapat diketahui mean 4,20, nilai minimum 3, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,697. Berdasarkan nilai mean 4,20 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa keyakinan untuk membeli produk berdasarkan keunggulan merk berpengaruh baik terhadap konsumen.

5) Indikator Evaluasi pasca pembelian (Y<sub>5</sub>)

**Tabel 4.41**  
**Hasil Kuesioner Pernyataan (Y<sub>5.1</sub>)**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Saya puas dan ingin membeli lagi produk yang dijual di minimarket doremi	STS	1	0	0%	0
	TS	2	0	0%	0
	N	3	5	6,7%	15
	S	4	42	56%	168
	SS	5	28	37,3%	140
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>323</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,31</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>3</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,592</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.41 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab netral 6,7%, setuju 56% dan sangat setuju 37,3%. Serta dapat diketahui mean 4,31, nilai minimum 3, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,592. Berdasarkan nilai mean 4,31 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa kepuasan dan keinginan membeli lagi produk yang dijual di minimarket doremi berpengaruh baik terhadap konsumen.

**Tabel 4.42**  
**Hasil Kuesioner Pernyataan (Y<sub>1.1</sub>)**

Item Pernyataan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Saya mereferensikan produk yang dijual di minimarket Doremi kepada orang lain	STS	1	0	0%	0
	TS	2	0	0%	0
	N	3	8	10,7%	24
	S	4	53	70,7%	212
	SS	5	14	18,7%	70
<b>Total</b>			<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>306</b>
<b>Nilai Mean (Rata-rata)</b>					<b>4,08</b>
<b>Nilai Minimum</b>					<b>3</b>
<b>Nilai Maximum</b>					<b>5</b>
<b>Standar Deviasi</b>					<b>0,539</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Analisis:

Dari tabel 4.42 di atas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel di atas adalah yang menjawab netral 10,7%, setuju 70,7% dan sangat setuju 18,7%. Serta dapat diketahui mean 4,08, nilai minimum 3, nilai maximum 5, dan standar deviasi 0,539. Berdasarkan nilai mean 4,08 dapat dibulatkan menjadi 4 yang menunjukkan bahwa mereferensikan produk yang dijual di minimarket Doremi berpengaruh baik terhadap konsumen.

### h. Rangkuman Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian Konsumen

**Tabel 4.43**

#### Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian Konsumen

No.	Butir	Tanggapan Responden										Persentase
		STS		TS		N		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	P1	0	0%	0	0%	2	2,7%	39	52%	34	45,3%	75(100)%
2	P2	10	13,3%	31	41,3%	22	29,3%	9	12%	3	4%	75(100)%
3	P3	4	5,3%	6	8%	18	24%	35	46,7%	12	16%	75(100)%
4	P4	1	1,3%	12	16%	11	14,7%	33	44%	18	24%	75(100)%
5	P5	0	0%	2	2,7%	7	9,3%	50	66,7%	16	21,3%	75(100)%
6	P6	0	0%	1	1,3%	13	17,3%	47	62,7%	14	18,7%	75(100)%
7	P7	0	0%	1	1,3%	6	8%	53	70,7%	15	20%	75(100)%
8	P8	0	0%	0	0%	12	16%	36	48%	27	36%	75(100)%
9	P9	0	0%	0	0%	5	6,7%	42	56%	28	37,3%	75(100)%
10	P10	0	0%	0	0%	8	10,7%	53	70,7%	14	18,7%	75(100)%

*Sumber: Data Primer diolah dari IBM SPSS 21,0*

Berdasarkan tabel 4.43 di atas maka dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terhadap variabel keputusan pembelian konsumen menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan

setuju terbanyak pada pernyataan “Saya yakin untuk membeli produk yang dijual di minimarket Doremi berdasarkan kebutuhan, dan saya mereferensikan produk yang dijual di minimarket Doremi kepada orang lain” (P7 dan P10) dengan persentase 70,7%. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen minimarket Doremi di Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung untuk melakukan pembelian besar.

## 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

### a. Uji Validitas

Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pernyataan ataupun pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan yang di uji validitasnya. Hasil  $r$  hitung dibandingkan dengan  $t$  tabel dimana  $df = n - 2$  dengan signifikansi 5%. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka valid.

**Tabel 4.44**

#### **Hasil Uji Validitas Instrumen *Store Atmosphere* (X<sub>1</sub>)**

No	Butir Pernyataan	<i>Corrected Item Correlation</i>	R tabel (N=75), Taraf Signifikan 5%	Keterangan
1	Pernyataan 1	0,567	0,230	Valid
2	Pernyataan 2	0,615	0,230	Valid
3	Pernyataan 3	0,415	0,230	Valid

4	Pernyataan 4	0,595	0,230	Valid
5	Pernyataan 5	0,543	0,230	Valid
6	Pernyataan 6	0,583	0,230	Valid
7	Pernyataan 7	0,583	0,230	Valid
8	Pernyataan 8	0,593	0,230	Valid

Berdasarkan pada tabel 4.44 di atas, dapat diketahui pernyataan no. 1 sampai no. 8 dari variabel *Store Atmosphere* adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Corrected Item Correlation* lebih besar dibandingkan r tabel, nilai r tabel dapat diketahui dari df (*degree of freedom*) = n (jumlah responden) – 2 yaitu (df = 75-2 = 73), maka dapat diketahui r tabel dengan r = 0,230. Sehingga, dalam penelitian ini untuk variabel *Store Atmosphere* dalam instrumen telah memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

**Tabel 4.45**

**Hasil Uji Validitas Instrumen Keragaman Produk (X<sub>2</sub>)**

No	Butir Pernyataan	<i>Corrected Item Correlation</i>	R tabel (N=75), Taraf Signifikan 5%	Keterangan
1	Pernyataan 1	0,540	0,230	Valid
2	Pernyataan 2	0,630	0,230	Valid
3	Pernyataan 3	0,656	0,230	Valid

4	Pernyataan 4	0,473	0,230	Valid
5	Pernyataan 5	0,537	0,230	Valid
6	Pernyataan 6	0,666	0,230	Valid
7	Pernyataan 7	0,660	0,230	Valid
8	Pernyataan 8	0,481	0,230	Valid

Berdasarkan pada tabel 4.45 di atas, dapat diketahui pernyataan no. 1 sampai no. 8 dari variabel keragaman produk adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Corrected Item Correlation* lebih besar dibandingkan r tabel, nilai r tabel dapat diketahui dari df (*degree of freedom*) = n (jumlah responden) – 2 yaitu (df = 75-2 = 73), maka dapat diketahui r tabel dengan r = 0,230. Sehingga, dalam penelitian ini untuk variabel keragaman produk dalam instrumen telah memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

**Tabel 4.46**

**Hasil Uji Validitas Instrumen Harga (X<sub>3</sub>)**

No	Butir Pernyataan	<i>Corrected Item Correlation</i>	R tabel (N=75), Taraf Signifikan 5%	Keterangan
1	Pernyataan 1	0,762	0,230	Valid
2	Pernyataan 2	0,749	0,230	Valid
3	Pernyataan 3	0,390	0,230	Valid

4	Pernyataan 4	0,529	0,230	Valid
5	Pernyataan 5	0,499	0,230	Valid
6	Pernyataan 6	0,673	0,230	Valid
7	Pernyataan 7	0,752	0,230	Valid
8	Pernyataan 8	0,566	0,230	Valid

Berdasarkan pada tabel 4.46 di atas, dapat diketahui pernyataan no. 1 sampai no. 8 dari variabel harga adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Corrected Item Correlation* lebih besar dibandingkan r tabel, nilai r tabel dapat diketahui dari df (*degree of freedom*) = n (jumlah responden) – 2 yaitu (df = 75-2 = 73), maka dapat diketahui r tabel dengan r = 0,230. Sehingga, dalam penelitian ini untuk variabel harga dalam instrumen telah memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

**Tabel 4.47**

**Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian**

**Konsumen (Y)**

No	Butir Pernyataan	<i>Corrected Item Correlation</i>	R tabel (N=75), Taraf Signifikan 5%	Keterangan
1	Pernyataan 1	0,319	0,230	Valid
2	Pernyataan 2	0,552	0,230	Valid

3	Pernyataan 3	0,412	0,230	Valid
4	Pernyataan 4	0,771	0,230	Valid
5	Pernyataan 5	0,715	0,230	Valid
6	Pernyataan 6	0,716	0,230	Valid
7	Pernyataan 7	0,677	0,230	Valid
8	Pernyataan 8	0,805	0,230	Valid
9	Pernyataan 9	0,610	0,230	Valid
10	Pernyataan 10	0,604	0,230	Valid

Berdasarkan pada tabel 4.47 di atas, dapat diketahui pernyataan no. 1 sampai no. 10 dari variabel keputusan pembelian konsumen adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Corrected Item Correlation* lebih besar dibandingkan r tabel, nilai r tabel dapat diketahui dari df (*degree of freedom*) = n (jumlah responden) – 2 yaitu (df = 75-2 = 73), maka dapat diketahui r tabel dengan r = 0,230. Sehingga, dalam penelitian ini untuk variabel keputusan pembelian konsumen dalam instrumen telah memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

## 1. Korelasi Indikator Variabel terhadap Teori

### a. Korelasi Variabel *Store Atmosphere* ( $X_1$ )

- 1) Indikator Variabel *Store Atmosphere* terhadap *Eksterior* (Bagian Luar Toko)

**Tabel 4.48**  
**Indikator Variabel *Eksterior* (Bagian Luar Toko)**

**Correlations**

		X1.1.1	X1.1.2	X1
X1.1.1	Pearson Correlation	1	.353**	.567**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000
	N	75	75	75
X1.1.2	Pearson Correlation	.353**	1	.615**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000
	N	75	75	75
X1.1	Pearson Correlation	.567**	.615**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	75	75	75

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.48 di atas hasil *Pearson Correlation*

**X1.1.1** indikator pernyataan papan nama di minimarket Doremi terlihat jelas terhadap teori *eksterior* (bagian luar toko) sebesar 0,567.

**X1.1.2** indikator pernyataan minimarket Doremi memiliki fasilitas lahan parkir yang luas terhadap teori *eksterior* (bagian luar toko) sebesar 0,615.

**X1.1 total** adalah teori *eksterior* (bagian luar toko) yang terdapat pada X1.1.2 yaitu “Minimarket Doremi memiliki fasilitas lahan parkir yang

luas” sebesar 0,615 disusul X<sub>1.1.1</sub> “Papan nama di minimarket Doremi terlihat jelas” sebesar 0,567.

- 2) Indikator Variabel *Store Atmosphere* terhadap *General Interior* (Bagian dalam Toko)

**Tabel 4.49**

**Indikator Variabel *General Interior* (Bagian dalam Toko)**

**Correlations**

		X1.2.1	X1.2.2	X1
X1.2.1	Pearson Correlation	1	.151	.415**
	Sig. (2-tailed)		.195	.000
	N	75	75	75
X1.2.2	Pearson Correlation	.151	1	.595**
	Sig. (2-tailed)	.195		.000
	N	75	75	75
X1.2	Pearson Correlation	.415**	.595**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	75	75	75

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.49 di atas hasil *Pearson Correlation*

**X<sub>1.2.1</sub>** indikator pernyataan minimarket Doremi memiliki pencahayaan yang terang terhadap teori *general interior* (bagian dalam toko) sebesar 0,415.

**X<sub>1.2.2</sub>** indikator pernyataan kondisi ruangan di minimarket Doremi bersih dan nyaman terhadap teori *general interior* (bagian dalam toko) sebesar 0,595.

**X<sub>1.2 total</sub>** adalah teori *general interior* (bagian dalam toko) yang terdapat pada  $X_{1.2.2}$  yaitu “Kondisi ruangan di minimarket Doremi bersih dan nyaman” sebesar 0,595 disusul  $X_{1.2.1}$  “Minimarket Doremi memiliki pencahayaan yang terang” sebesar 0,415.

- 3) Indikator Variabel *Store Atmosphere* terhadap *Store Layout* (Tata Letak Toko)

**Tabel 4.50**  
**Indikator Variabel *Store Layout* (Tata Letak Toko)**

		Correlations		
		X1.3.1	X1.3.2	X1
	Pearson Correlation	1	.375**	.543**
X1.3.1	Sig. (2-tailed)		.001	.000
	N	75	75	75
X1.3.2	Pearson Correlation	.375**	1	.583**

	Sig. (2-tailed)	.001		.000
	N	75	75	75
	Pearson Correlation	.543**	.583**	1
X1.3	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	75	75	75

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.50 di atas hasil *Pearson Correlation*

**X1.3.1** indikator pernyataan sistem pengelompokan barang di minimarket Doremi sistematis terhadap teori *store layout* (tata letak toko) sebesar 0,543.

**X1.3.2** indikator pernyataan jarak antar rak mendukung kelancaran lalu lintas pengunjung minimarket Doremi terhadap teori *store layout* (tata letak toko) sebesar 0,583.

**X1.3 total** adalah teori *general interior* (bagian dalam toko) yang terdapat pada X<sub>1.3.2</sub> yaitu “Jarak antar rak mendukung kelancaran lalu lintas pengunjung minimarket Doremi” sebesar 0,583 disusul X<sub>1.3.1</sub> “Sistem pengelompokan barang di minimarket Doremi sistematis” sebesar 0,543.

4) Indikator Variabel *Store Atmosphere* terhadap *Interior POP Display*

**Tabel 4.51**  
**Indikator Variabel *Interior POP Display***

**Correlations**

	X1.4.1	X1.4.2	X1
Pearson Correlation	1	.422**	.583**
X1.4.1 Sig. (2-tailed)		.000	.000
N	75	75	75
Pearson Correlation	.422**	1	.593**
X1.4.2 Sig. (2-tailed)	.000		.000
N	75	75	75
Pearson Correlation	.583**	.593**	1
X1.4 Sig. (2-tailed)	.000	.000	
N	75	75	75

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.51 di atas hasil *Pearson Correlation*

**X1.4.1** indikator pernyataan pemasangan tanda petunjuk produk di minimaket Doremi memudahkan saya dalam mencari produk yang saya inginkan terhadap teori *interior POP display* sebesar 0,583.

**X<sub>1.4.2</sub>** indikator pernyataan pemasangan tanda produk memudahkan saya dalam mencari suatu produk terhadap teori *interior POP display* sebesar 0,593.

**X<sub>1.4 total</sub>** adalah teori *interior POP display* yang terdapat pada **X<sub>1.4.2</sub>** yaitu “Pemasangan tanda produk memudahkan saya dalam mencari suatu produk” sebesar 0,593 disusul **X<sub>1.4.1</sub>** “Pemasangan tanda petunjuk produk di minimaket Doremi memudahkan saya dalam mencari produk yang saya inginkan” sebesar 0,583.

b. Korelasi Variabel Keragaman Produk ( $X_2$ )

1) Indikator Variabel Keragaman Produk terhadap Kelengkapan Produk

**Tabel 4.52**  
**Indikator Variabel Kelengkapan Produk**

**Correlations**

		X2.1.1	X2.1.2	X2
	Pearson Correlation	1	.529**	.540**
X2.1.1	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	75	75	75
	Pearson Correlation	.529**	1	.630**
X2.1.2	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	75	75	75
X2.1	Pearson Correlation	.540**	.630**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	
N	75	75	75

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.52 di atas hasil *Pearson Correlation*

**X<sub>2.1.1</sub>** indikator pernyataan jenis produk yang ditawarkan di minimarket Doremi bervariasi terhadap teori kelengkapan produk sebesar 0,540.

**X<sub>2.1.2</sub>** indikator pernyataan jenis produk yang ditawarkan di minimarket Doremi lengkap terhadap teori kelengkapan produk sebesar 0,630.

**X<sub>2.1 total</sub>** adalah teori kelengkapan produk yang terdapat pada X<sub>2.1.2</sub> “Jenis produk yang ditawarkan di minimarket Doremi lengkap” sebesar 0,630 disusul X<sub>2.1.1</sub> yaitu “Jenis produk yang ditawarkan di minimarket Doremi bervariasi” sebesar 0,540.

## 2) Indikator Variabel Keragaman Produk terhadap Merek Produk

**Tabel 4.53**  
**Indikator Variabel Merek Produk**

### Correlations

	X2.2.1	X2.2.2	X2
Pearson Correlation	1	.337**	.656**
X2.2.1 Sig. (2-tailed)		.003	.000
N	75	75	75
X2.2.2 Pearson Correlation	.337**	1	.473**

	Sig. (2-tailed)	.003		.000
	N	75	75	75
	Pearson Correlation	.656**	.473**	1
X2.2	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	75	75	75

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.53 di atas hasil *Pearson Correlation*

**X2.2.1** indikator pernyataan berbagai macam merek produk tersedia di minimarket Doremi terhadap teori merek produk sebesar 0,656.

**X2.2.2** indikator pernyataan minimarket Doremi juga menyediakan merk produk yang terbaru terhadap teori merek produk sebesar 0,473.

**X2.2 total** adalah teori merek produk yang terdapat pada X<sub>2.2.1</sub> “Berbagai macam merk produk tersedia di minimarket Doremi” sebesar 0,656 disusul X<sub>2.2.2</sub> yaitu “Minimarket Doremi juga menyediakan merk produk yang terbaru” sebesar 0,473.

### 3) Indikator Variabel Keragaman Produk terhadap Variasi Ukuran Produk

**Tabel 4.54**

**Indikator Variabel Variasi Ukuran Produk**

**Correlations**

		X2.3.1	X2.3.2	X2
X2.3.1	Pearson Correlation	1	.241*	.537**

	Sig. (2-tailed)		.037	.000
	N	75	75	75
	Pearson Correlation	.241*	1	.666**
X2.3.2	Sig. (2-tailed)	.037		.000
	N	75	75	75
	Pearson Correlation	.537**	.666**	1
X2.3	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	75	75	75

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 5.54 di atas hasil *Pearson Correlation*

**X2.3.1** indikator pernyataan pilihan ukuran produk yang ditampilkan di minimarket Doremi bervariasi terhadap teori variasi ukuran produk sebesar 0,537.

**X2.3.2** indikator pernyataan pilihan ukuran produk yang ditampilkan di minimarket Doremi lengkap terhadap teori variasi ukuran produk sebesar 0,666.

**X2.3 total** adalah teori variasi ukuran produk yang terdapat pada X2.3.2 yaitu “Pilihan ukuran produk yang ditampilkan di minimarket Doremi lengkap” sebesar 0,666 disusul X2.3.1 “Pilihan ukuran produk yang ditampilkan di minimarket Doremi bervariasi” sebesar 0,537.

4) Indikator Variabel Keragaman Produk terhadap Variasi Kualitas Produk

**Tabel 4.55**  
**Indikator Variabel Variasi Kualitas Produk**

**Correlations**

	X2.4.1	X2.4.2	X2
Pearson Correlation	1	.450**	.660**
X2.4.1 Sig. (2-tailed)		.000	.000
N	75	75	75
Pearson Correlation	.450**	1	.481**
X2.4.2 Sig. (2-tailed)	.000		.000
N	75	75	75
Pearson Correlation	.660**	.481**	1
X2.4 Sig. (2-tailed)	.000	.000	
N	75	75	75

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.55 di atas hasil *Pearson Correlation*

**X<sub>2.4.1</sub>** indikator pernyataan kualitas produk yang ditawarkan di minimarket Doremi bervariasi sesuai keinginan konsumen terhadap teori variasi kualitas produk sebesar 0,660.

**X<sub>2.4.2</sub>** indikator pernyataan terdapat variasi produk yang dijual di minimarket Doremi, namun tidak ada yang melewati batas *Expired* terhadap teori variasi kualitas produk sebesar 0,481.

**X<sub>2.4 total</sub>** adalah teori variasi kualitas produk yang terdapat pada X<sub>2.4.1</sub> yaitu “Kualitas produk yang ditawarkan di minimarket Doremi bervariasi sesuai keinginan konsumen” sebesar 0,660 disusul X<sub>2.4.2</sub> “Terdapat variasi produk yang dijual di minimarket Doremi, namun tidak ada yang melewati batas *Expired*” sebesar 0,481.

c. Korelasi Variabel Harga (X<sub>3</sub>)

1) Indikator Variabel Harga terhadap Keterjangkauan Harga

**Tabel 4.56**

**Indikator Variabel Keterjangkauan Harga**

**Correlations**

	X3.1.1	X3.1.2	X3	
	Pearson Correlation	1	.553**	.762**
X3.1.1	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	75	75	75
	Pearson Correlation	.553**	1	.749**
X3.1.2	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	75	75	75
	Pearson Correlation	.762**	.749**	1
X3.1	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	75	75	75

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.56 di atas hasil *Pearson Correlation*

**X<sub>3.1.1</sub>** indikator pernyataan harga yang ditetapkan di minimarket Doremi bervariasi dan terjangkau terhadap teori keterjangkauan harga sebesar 0,762.

**X<sub>3.1.2</sub>** indikator pernyataan harga di minimarket Doremi terjangkau sesuai dengan langka atau tidaknya suatu produk terhadap teori keterjangkauan harga sebesar 0,749.

**X<sub>3.1 total</sub>** adalah teori keterjangkauan harga yang terdapat pada **X<sub>3.1.1</sub>** yaitu “Harga yang ditetapkan di minimarket Doremi bervariasi dan terjangkau” sebesar 0,762 disusul **X<sub>3.1.2</sub>** “Harga di minimarket Doremi terjangkau sesuai dengan langka atau tidaknya suatu produk” sebesar 0,749.

- 2) Indikator Variabel Harga terhadap Kesesuaian antara Harga dengan Kualitas

**Tabel 4.57**

**Indikator Variabel Kesesuaian antara Harga dengan Kualitas**

**Correlations**

	X3.2.1	X3.2.2	X3
Pearson Correlation	1	.017	.390**
X3.2.1 Sig. (2-tailed)		.884	.001
N	75	75	75

	Pearson Correlation	.017	1	.529**
X3.2.2	Sig. (2-tailed)	.884		.000
	N	75	75	75
	Pearson Correlation	.390**	.529**	1
X3.2	Sig. (2-tailed)	.001	.000	
	N	75	75	75

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.57 di atas hasil *Pearson Correlation*

**X3.2.1** indikator pernyataan harga jual produk di minimarket Doremi sesuai dengan kualitas merk produk yang tersedia terhadap teori kesesuaian antara harga dengan kualitas sebesar 0,390.

**X3.2.2** indikator pernyataan harga produk yang dijual di minimarket Doremi sesuai dengan kualitas jenis produk yang tersedia terhadap teori kesesuaian antara harga dengan kualitas sebesar 0,529

**X3.2 total** adalah teori kesesuaian antara harga dengan kualitas yang terdapat pada X<sub>3.2.2</sub> yaitu “Harga produk yang dijual di minimarket Doremi sesuai dengan kualitas jenis produk yang tersedia” sebesar 0,529 disusul X<sub>3.2.1</sub> “Harga jual produk di minimarket Doremi sesuai dengan kualitas merk produk yang tersedia” sebesar 0,390.

- 3) Indikator Variabel Harga terhadap Kesesuaian antara Harga dengan Manfaat

**Tabel 4.58**  
**Indikator Variabel Kesesuaian antara Harga dengan Manfaat**

**Correlations**

		X3.3.1	X3.3.2	X3
X3.3.1	Pearson Correlation	1	.323**	.499**
	Sig. (2-tailed)		.005	.000
	N	75	75	75
X3.3.2	Pearson Correlation	.323**	1	.673**
	Sig. (2-tailed)	.005		.000
	N	75	75	75
X3.3	Pearson Correlation	.499**	.673**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	75	75	75

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.58 di atas hasil *Pearson Correlation*

**X3.3.1** indikator pernyataan harga jual produk di minimarket Doremi sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan terhadap teori kesesuaian antara harga dengan manfaat sebesar 0,499.

**X<sub>3.3.2</sub>** indikator pernyataan harga produk yang dijual di minimarket Doremi sesuai dengan mutu produknya terhadap teori kesesuaian antara harga dengan manfaat sebesar 0,673.

**X<sub>3.3 total</sub>** adalah teori kesesuaian antara harga dengan manfaat yang terdapat pada **X<sub>3.3.2</sub>** yaitu “Harga produk yang dijual di minimarket Doremi sesuai dengan mutu produknya” sebesar 0,673 disusul **X<sub>3.3.1</sub>** “Harga jual produk di minimarket Doremi sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan” sebesar 0,499.

4) Indikator Variabel Harga terhadap Persaingan Harga

**Tabel 4.59**  
**Indikator Variabel Persaingan Harga**

**Correlations**

	X3.4.1	X3.4.2	X3
Pearson Correlation	1	.495**	.752**
X3.4.1 Sig. (2-tailed)		.000	.000
N	75	75	75
Pearson Correlation	.495**	1	.566**
X3.4.2 Sig. (2-tailed)	.000		.000
N	75	75	75
Pearson Correlation	.752**	.566**	1
X3.4 Sig. (2-tailed)	.000	.000	
N	75	75	75

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.59 di atas hasil *Pearson Correlation*

**X<sub>3.4.1</sub>** indikator pernyataan harga produk yang dijual di minimarket doremi lebih rendah dari produk yang dijual di minimarket lainnya terhadap teori persaingan harga sebesar 0,752.

**X<sub>3.4.2</sub>** indikator pernyataan perubahan harga tidak mempengaruhi saya untuk berpindah ke minimarket lainnya terhadap teori persaingan harga sebesar 0,566.

**X<sub>3.4 total</sub>** adalah teori persaingan harga yang terdapat pada X<sub>3.4.1</sub> yaitu “Harga produk yang dijual di minimarket doremi lebih rendah dari produk yang dijual di minimarket lainnya” sebesar 0,752 disusul X<sub>3.4.2</sub> “Perubahan harga tidak mempengaruhi saya untuk berpindah ke minimarket lainnya” sebesar 0,566.

d. Korelasi Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

- 1) Indikator Variabel Keputusan Pembelian Konsumen terhadap Pengenalan Masalah

**Tabel 4.60**  
**Indikator Variabel Pengenalan Masalah**

**Correlations**

	Y1.1	Y1.2	Y
Y1.1 Pearson Correlation	1	-.162	.319**

	Sig. (2-tailed)		.164	.005
	N	75	75	75
	Pearson Correlation	-.162	1	.552**
Y1.2	Sig. (2-tailed)	.164		.000
	N	75	75	75
	Pearson Correlation	.319**	.552**	1
Y1	Sig. (2-tailed)	.005	.000	
	N	75	75	75

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.60 di atas hasil *Pearson Correlation*

**Y<sub>1.1</sub>** indikator pernyataan saya sudah lama mengenal minimarket Doremi terhadap teori pengenalan masalah sebesar 0,319.

**Y<sub>1.2</sub>** indikator pernyataan saya mengenal minimarket Doremi masih baru ini terhadap teori pengenalan masalah sebesar 0,552.

**Y<sub>1 total</sub>** adalah teori pengenalan masalah yang terdapat pada Y<sub>1.2</sub> yaitu “Saya mengenal minimarket Doremi masih baru ini” sebesar 0,552 disusul Y<sub>1.1</sub> “Saya sudah lama mengenal minimarket Doremi” sebesar 0,319.

- 2) Indikator Variabel Keputusan Pembelian Konsumen terhadap Pencarian Informasi

**Tabel 4.61**  
**Indikator Variabel Pencarian Informasi**

**Correlations**

		Y2.1	Y2.2	Y
Y2.1	Pearson Correlation	1	.328**	.412**
	Sig. (2-tailed)		.004	.000
	N	75	75	75
Y2.2	Pearson Correlation	.328**	1	.771**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000
	N	75	75	75
Y2	Pearson Correlation	.412**	.771**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	75	75	75

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.61 di atas hasil *Pearson Correlation*

**Y2.1** indikator pernyataan sebelum saya membeli produk yang dijual di minimarket doremi, terlebih dahulu saya membandingkan produk yang dijual di minimarket lain terhadap teori pencarian informasi sebesar 0,412.

**Y<sub>2.2</sub>** indikator pernyataan saya mendapatkan informasi produk yang dijual di minimarket doremi dari teman saya terhadap teori pencarian informasi sebesar 0,771.

**Y<sub>2 total</sub>** adalah teori pencarian informasi yang terdapat pada Y<sub>2.2</sub> yaitu “Saya mendapatkan informasi produk yang dijual di minimarket doremi dari teman saya” sebesar 0,771 disusul Y<sub>2.1</sub> “Sebelum saya membeli produk yang dijual di minimarket doremi, terlebih dahulu saya membandingkan produk yang dijual di minimarket lain” sebesar 0,412.

- 3) Indikator Variabel Keputusan Pembelian Konsumen terhadap Evaluasi Alternatif

**Tabel 4.62**  
**Indikator Variabel Evaluasi Alternatif**

**Correlations**

		Y3.1	Y3.2	Y
Y3.1	Pearson Correlation	1	.683**	.715**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	75	75	75
Y3.2	Pearson Correlation	.683**	1	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	75	75	75

	Pearson Correlation	.715**	.716**	1
Y3	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	75	75	75

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.62 di atas hasil *Pearson Correlation*

**Y<sub>3.1</sub>** indikator pernyataan saya memilih minimarket Doremi sebagai alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan saya terhadap teori evaluasi alternatif sebesar 0,715.

**Y<sub>3.2</sub>** indikator pernyataan saya memilih minimarket Doremi karena memiliki nilai lebih dibandingkan dengan minimarket lainnya terhadap teori evaluasi alternatif sebesar 0,716.

**Y<sub>3 total</sub>** adalah teori evaluasi alternatif yang terdapat pada Y<sub>3.2</sub> yaitu “Saya memilih minimarket Doremi karena memiliki nilai lebih dibandingkan dengan minimarket lainnya” sebesar 0,716 disusul Y<sub>3.1</sub> “Saya memilih minimarket Doremi sebagai alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan saya” sebesar 0,715.

- 4) Indikator Variabel Keputusan Pembelian Konsumen terhadap Keputusan Pembelian

**Tabel 4.63**  
**Indikator Variabel Keputusan Pembelian**

**Correlations**

		Y4.1	Y4.2	Y
	Pearson Correlation	1	.527**	.677**
Y4.1	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	75	75	75
	Pearson Correlation	.527**	1	.805**
Y4.2	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	75	75	75
	Pearson Correlation	.677**	.805**	1
Y4	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	75	75	75

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.63 di atas hasil *Pearson Correlation*

Y4.1 indikator pernyataan saya yakin untuk membeli produk yang dijual di minimarket doremi berdasarkan kebutuhan terhadap teori keputusan pembelian sebesar 0,677.

**Y<sub>4.2</sub>** indikator pernyataan saya yakin untuk membeli produk yang dijual di minimarket doremi berdasarkan keunggulan merk terhadap teori keputusan pembelian sebesar 0,805.

**Y<sub>4 total</sub>** adalah teori keputusan pembelian yang terdapat pada Y<sub>4.2</sub> yaitu “Saya yakin untuk membeli produk yang dijual di minimarket doremi berdasarkan keunggulan merk” sebesar 0,805 disusul Y<sub>4.1</sub> “Saya yakin untuk membeli produk yang dijual di minimarket doremi berdasarkan kebutuhan” sebesar 0,677.

- 5) Indikator Variabel Keputusan Pembelian Konsumen terhadap Evaluasi Pasca Pembelian

**Tabel 4.64**  
**Indikator Variabel Evaluasi Pasca Pembelian**

**Correlations**

		Y5.1	Y5.2	Y
Y5.1	Pearson Correlation	1	.557**	.610**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	75	75	75
Y5.2	Pearson Correlation	.557**	1	.604**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	75	75	75
Y5	Pearson Correlation	.610**	.604**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	
N	75	75	75

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.64 di atas hasil *Pearson Correlation*

**Y<sub>5.1</sub>** indikator pernyataan saya puas dan ingin membeli lagi produk yang dijual di minimarket doremi terhadap teori evaluasi pasca pembelian sebesar 0,610.

**Y<sub>5.2</sub>** indikator pernyataan saya mereferensikan produk yang dijual di minimarket Doremi kepada orang lain terhadap teori evaluasi pasca pembelian sebesar 0,604.

**Y<sub>5 total</sub>** adalah teori evaluasi pasca pembelian yang terdapat pada Y<sub>5.1</sub> yaitu “Saya puas dan ingin membeli lagi produk yang dijual di minimarket doremi” sebesar 0,610 disusul Y<sub>5.2</sub> “Saya mereferensikan produk yang dijual di minimarket Doremi kepada orang lain” sebesar 0,604.

## 2. Hubungan Teori-Teori terhadap Variabel

- 1) Hubungan teori-teori *store atmosphere* terhadap variabel *store atmosphere* ( $X_1$ )

**Tabel 4.65**  
**Hubungan Teori-Teori *Store Atmosphere* terhadap Variabel *Store Atmosphere* ( $X_1$ )**

### Correlations

	X1.1total	X1.2total	X1.3total	X1.4total	X1total
Pearson Correlation	1	.454**	.196	.286*	.719**
X1.1total Sig. (2-tailed)		.000	.093	.013	.000
N	75	75	75	75	75
Pearson Correlation	.454**	1	.199	.174	.661**
X1.2total Sig. (2-tailed)	.000		.088	.134	.000
N	75	75	75	75	75
Pearson Correlation	.196	.199	1	.489**	.678**
X1.3total Sig. (2-tailed)	.093	.088		.000	.000
N	75	75	75	75	75
Pearson Correlation	.286*	.174	.489**	1	.697**
X1.4total Sig. (2-tailed)	.013	.134	.000		.000
N	75	75	75	75	75
Pearson Correlation	.719**	.661**	.678**	.697**	1
X1total Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	75	75	75	75	75

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.65 korelasi bivariante di atas menunjukkan hubungan teori-teori *store atmosphere* terhadap variabel *store atmosphere* diurutkan dari yang terbesar ke yang terkecil sebagai berikut:

- a) Teori *eksterior* (bagian luar toko) sebesar 0,719
- b) Teori *interior POP display* sebesar 0,697
- c) Teori *store layout* (tata letak toko) sebesar 0,678
- d) Teori *general interior* (bagian dalam toko) sebesar 0,661

- 2) Hubungan teori-teori keragaman produk terhadap variabel keragaman produk ( $X_2$ )

**Tabel 4.66**  
**Hubungan Teori-Teori Keragaman Produk terhadap Variabel**  
**Keragaman Produk ( $X_2$ )**

**Correlations**

		X2.1total	X2.2total	X2.3total	X2.4total	X2total
	Pearson Correlation	1	.444**	.294*	.121	.672**
X2.1total	Sig. (2-tailed)		.000	.010	.303	.000
	N	75	75	75	75	75
	Pearson Correlation	.444**	1	.399**	.198	.703**
X2.2total	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.088	.000
	N	75	75	75	75	75
	Pearson Correlation	.294*	.399**	1	.493**	.766**
X2.3total	Sig. (2-tailed)	.010	.000		.000	.000
	N	75	75	75	75	75

	Pearson Correlation	.121	.198	.493**	1	.666**
X2.4total	Sig. (2-tailed)	.303	.088	.000		.000
	N	75	75	75	75	75
	Pearson Correlation	.672**	.703**	.766**	.666**	1
X2total	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.66 korelasi bivariate di atas menunjukkan hubungan teori-teori Keragaman Produk terhadap variabel Keragaman Produk diurutkan dari yang terbesar ke yang terkecil sebagai berikut:

- a) Teori variasi ukuran produk sebesar 0,766
- b) Teori merek produk sebesar 0,703
- c) Teori kelengkapan produk sebesar 0,672
- d) Teori variasi kualitas produk sebesar 0,666

### 3) Hubungan teori-teori harga terhadap variabel harga ( $X_3$ )

**Tabel 4.67**  
**Hubungan Teori-Teori Harga terhadap Variabel Harga ( $X_3$ )**

#### Correlations

	X3.1total	X3.2total	X3.3total	X3.4total	X3total
X3.1total	1	.472**	.514**	.546**	.857**
		.000	.000	.000	.000

	N	75	75	75	75	75
	Pearson Correlation	.472**	1	.401**	.258*	.646**
X3.2total	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.025	.000
	N	75	75	75	75	75
	Pearson Correlation	.514**	.401**	1	.341**	.728**
X3.3total	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.003	.000
	N	75	75	75	75	75
	Pearson Correlation	.546**	.258*	.341**	1	.765**
X3.4total	Sig. (2-tailed)	.000	.025	.003		.000
	N	75	75	75	75	75
	Pearson Correlation	.857**	.646**	.728**	.765**	1
X3total	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.67 korelasi bivariate di atas menunjukkan hubungan teori-teori harga terhadap variabel harga diurutkan dari yang terbesar ke yang terkecil sebagai berikut:

- a) Teori keterjangkauan harga sebesar 0,857
- b) Teori persaingan harga sebesar 0,765
- c) Teori kesesuaian antara harga dengan manfaat sebesar 0,728
- d) Teori kesesuaian antara harga dengan kualitas sebesar 0,646

- 4) Hubungan teori-teori keputusan pembelian konsumen terhadap variabel keputusan pembelian konsumen (Y)

**Tabel 4.68**  
**Hubungan Teori-Teori Keputusan Pembelian Konsumen terhadap**  
**Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)**

**Correlations**

	Y1total	Y2total	Y3total	Y4total	Y5total	Ytotal
Pearson Correlation	1	.439**	.356**	.482**	.338**	.686**
Y1total Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.003	.000
N	75	75	75	75	75	75
Pearson Correlation	.439**	1	.370**	.430**	.219	.728**
Y2total Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.059	.000
N	75	75	75	75	75	75
Pearson Correlation	.356**	.370**	1	.716**	.542**	.780**
Y3total Sig. (2-tailed)	.002	.001		.000	.000	.000
N	75	75	75	75	75	75
Pearson Correlation	.482**	.430**	.716**	1	.663**	.854**
Y4total Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
N	75	75	75	75	75	75
Pearson Correlation	.338**	.219	.542**	.663**	1	.688**
Y5total Sig. (2-tailed)	.003	.059	.000	.000		.000
N	75	75	75	75	75	75
Pearson Correlation	.686**	.728**	.780**	.854**	.688**	1
Ytotal Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	

N	75	75	75	75	75	75
---	----	----	----	----	----	----

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.68 korelasi bivariante di atas menunjukkan hubungan teori-teori Keputusan Pembelian Konsumen terhadap variabel Keputusan Pembelian Konsumen diurutkan dari yang terbesar ke yang terkecil sebagai berikut:

- a) Teori keputusan pembelian sebesar 0,854
- b) Teori evaluasi alternatif sebesar 0,780
- c) Teori pencarian informasi sebesar 0,728
- d) Teori evaluasi pasca pembelian sebesar 0,688
- e) Teori pengenalan masalah sebesar 0,686

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini menggunakan metode *Alpha Cronbach's* dan diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's*. skala dikelompokkan dalam lima kelas dengan range yang sama, maka ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai *alpha cronbach's* 0,00-0,20 berarti kurang reliabel
- b. Nilai *alpha cronbach's* 0,21-0,40 berarti agak reliabel
- c. Nilai *alpha cronbach's* 0,41-0,60 berarti cukup reliabel
- d. Nilai *alpha cronbach's* 0,61-0,80 berarti reliabel
- e. Nilai *alpha cronbach's* 0,81-1,00 berarti sangat reliabel

**Tabel 4.69**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Store Atmosphere</i> (X <sub>1</sub> )	0,686	Reliabel
Keragaman Produk (X <sub>2</sub> )	0,720	Reliabel
Harga (X <sub>3</sub> )	0,773	Reliabel
Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	0,798	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.69 di atas, nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel *Store Atmosphere*, Keragaman Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian Konsumen di atas 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel reliabel.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas Residual dengan Kolmogorov-Smirnov

Dalam penelitian ini uji normalitas residual menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov dan gambar P-P Plot di bawah ini.

**Tabel 4.70**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
N	75

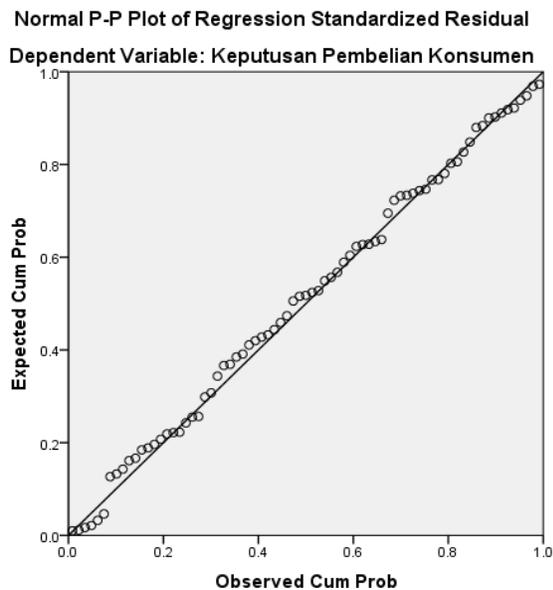
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.34143787
	Absolute	.047
Most Extreme Differences	Positive	.037
	Negative	-.047
Kolmogorov-Smirnov Z		.407
Asymp. Sig. (2-tailed)		.996

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan tabel 4.70 hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi sebesar  $0,996 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Selain itu pada gambar P-P plot apabila sebaran titik-titik tersebut mendekati atau rapat pada garis lurus (diagonal) maka dikatakan bahwa residual berdistribusi normal, namun apabila sebaran titik-titik tersebut menjauhi garis maka tidak berdistribusi normal.

**Gambar 4.7**

**Hasil Uji Normalitas P-P plot**



Sebaran titik-titik dari gambar 4.7 Normal P-P Plot atas relatif mendekati garis lurus, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal. Hasil ini sejalan dengan uji asumsi klasik regresi linier.

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengetahui gejala korelasi antar variabel bebas yang ditunjukkan dengan korelasi yang signifikan antar variabel bebas. Dimana untuk dapat mendeteksi adanya multikolinieritas jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 ( $VIF < 10$ ) dan nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 ( $Tolerance > 0,10$ ) maka data dikatakan bebas dari multikolinieritas.

**Tabel 4.71**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1	X1	.974	1.027
	X2	.666	1.501
	X3	.658	1.520

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.71 di atas dapat diketahui bahwa nilai VIF pada *Store Atmosphere* sebesar 1,027 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,974, pada

variabel Keragaman Produk sebesar 1,501 dengan nilai *tolerance* 0,666, dan pada variabel Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 1,520 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,658. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen terbebas dari multikolinieritas, karena masing-masing variabel memiliki nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,10.

### c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t$  sebelumnya. Ketentuan pengambilan keputusan uji autokorelasi sebagai berikut:

**Tabel 4.72**

**Kriteria Pengujian Autokorelasi**

$d < dL$ atau $d > 4-dL$	Terdapat autokorelasi
$dU < d < 4-dU$	Tidak terdapat autokorelasi
$dL < d < dU$ atau $4-dU < d < 4-dL$	Tidak ada kesimpulan

Adapun hasil dari uji autokorelasi sebagai berikut:

**Tabel 4.73**  
**Hasil Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.673 <sup>a</sup>	.453	.430	3.41130	1.863

a. Predictors: (Constant), Harga, Store Atmosphere, Keragaman Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen

Dari hasil tabel 4.73 diketahui nilai Durbin-Watson adalah sebesar 1,863. Selanjutnya nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel Durbin-Watson pada signifikansi 5% dengan rumus  $(k;N)$ . Adapun jumlah variabel independen adalah 3 atau “k” = 3, sementara sampel atau “N” = 75, maka  $(k;N) = (3;75)$ . Angka ini kemudian kita lihat pada distribusi nilai tabel Durbin-Watson. Maka kemudian nilai dL sebesar 1,543 dan dU sebesar 1,709.

**Tabel 4.74**  
**Hasil perhitungan Durbin-Watson**

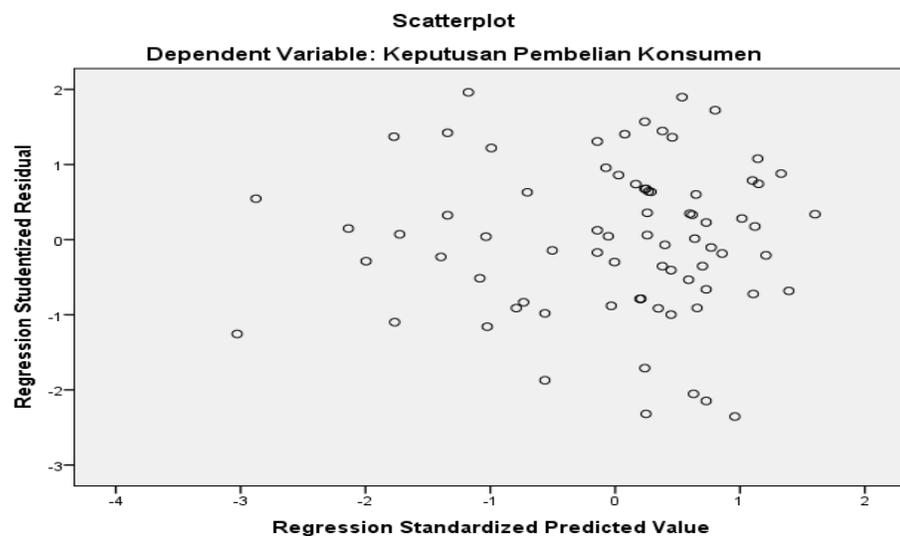
d	dL	dU	4-dL	4-dU
1,863	1,543	1,709	2,457	2,291

Dapat disimpulkan bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 1,863 lebih besar dari batas du yaitu 1,709 dan kurang dari  $(4-dU)$   $4-1,709 = 2,291$ . Karena  $dU < d < 4-dU$ , artinya tidak ada masalah atau autokorelasi pada penelitian ini.

#### d. Uji Heterokedastisitas dengan Uji Glejser

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari bantuan Aplikasi IBM SPSS 21.0.

**Gambar 4.8**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**



Dari gambar 4.8 *scatterplot* di atas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar di atas, di bawah maupun disekitar angka 0. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas. Selain itu uji heterokedastisitas menggunakan uji glejser dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.75**  
**Hasil Uji Glejser**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.886	5.038		.374	.709
	Store Atmosphere	.033	.103	.039	.325	.746
	Keragaman Produk	-.108	.106	-.147	-1.023	.310
	Harga	.096	.088	.159	1.098	.276

a. Dependent Variable: RES2

Dari tabel 4.75 di atas menunjukkan bahwa nilai sig. variabel *store atmosphere* 0,746 > 0,05, variabel keragaman produk 0,310 > 0,05, dan variabel harga 0,276 > 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi masalah atau gejala heterokedastisitas, karena nilai sig. variabel *store atmosphere*, keragaman produk, dan harga lebih dari 0,05.

#### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda berguna untuk menganalisis hubungan linier antara 2 variabel independen atau lebih dengan 1 variabel dependen. Untuk melakukan analisis regresi linier berganda peneliti menggunakan bantuan *software* aplikasi IBM SPSS 21.0. Berikut analisis regresi linier berganda.

**Tabel 4.76**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14.202	8.437		1.683	.097
1 Store Atmosphere	.429	.172	.221	2.489	.015
Keragaman Produk	.579	.177	.351	3.261	.002
Harga	.548	.147	.404	3.737	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen

Berdasarkan tabel 4.76 di atas, persamaan regresi yang diperoleh yakni sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Atau

$$Y = 14,202 + 0,429X_1 + 0,579X_2 + 0,548X_3$$

- a. Nilai *constant* (konstanta) pada hasil uji menunjukkan nilai sebesar 14,202. Hal ini menyatakan bahwa ketika variabel *store atmosphere* ( $X_1$ ), keragaman produk ( $X_2$ ), dan harga ( $X_3$ ) bernilai konstan (tidak berubah), maka dapat dikatakan bahwa nilai dari variabel keputusan pembelian konsumen ( $Y$ ) adalah sebesar 14,202.

- b. Nilai koefisien regresi pada variabel *store atmosphere* ( $X_1$ ) adalah sebesar 0,429. Hal ini berarti jika variabel *store atmosphere* mengalami peningkatan 1 satuan, maka keputusan pembelian konsumen juga akan meningkat sebesar 0,429. Karena koefisien regresi bernilai positif (+), maka *store atmosphere* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Apabila semakin baik *store atmosphere*, maka keputusan pembelian konsumen juga akan meningkat.
- c. Nilai koefisien regresi pada variabel keragaman produk ( $X_2$ ) adalah sebesar 0,579. Hal ini berarti jika variabel keragaman produk mengalami peningkatan 1 satuan, maka keputusan pembelian konsumen juga akan meningkat sebesar 0,579. Karena koefisien regresi bernilai positif (+), maka keragaman produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Apabila semakin banyak keragaman produk, maka keputusan pembelian konsumen juga akan meningkat.
- d. Nilai koefisien regresi pada variabel harga ( $X_3$ ) adalah sebesar 0,548. Hal ini berarti jika variabel harga mengalami peningkatan 1 satuan, maka keputusan pembelian konsumen juga akan meningkat sebesar 0,548. Karena koefisien regresi bernilai positif (+), maka harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Apabila semakin baik penetapan harga, maka keputusan pembelian konsumen juga akan meningkat.

- e. Tanda (+) dan (-) dan nilai koefisien regresi bukanlah menyatakan tanda aljabar, melainkan arah hubungan atau lebih tegasnya menyatakan pengaruh variabel independen X terhadap variabel dependen Y. tanda (+) menunjukkan pengaruh yang searah, sedangkan tanda (-) menunjukkan pengaruh yang berbanding terbalik antara variabel independen X dengan variabel dependen Y.
- f. Dari hasil regresi di atas menunjukkan bahwa variabel keragaman produk memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan dengan harga dan *Store Atmosphere*. Hal ini dapat dilihat dari tabel regresi di atas melalui nilai koefisien beta keragaman produk ( $X_2$ ) sebesar 0,579 yang lebih besar dari nilai koefisien beta dari harga ( $X_3$ ) 0,548 dan koefisien nilai beta *Store Atmosphere* ( $X_1$ ) 0,429.

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji T

Uji t ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen, dimana jika  $\text{sig} < 5\%$  dan  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka uji regresi dikatakan signifikan, begitu juga sebaliknya.

**Tabel 4.77**  
**Hasil Uji T**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14.202	8.437		1.683	.097
1 Store Atmosphere	.429	.172	.221	2.489	.015
Keragaman Produk	.579	.177	.351	3.261	.002
Harga	.548	.147	.404	3.737	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen

Langkah-langkah pengambilan keputusan uji t sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis

**a) Hipotesis 1**

$H_0$ : Diduga tidak ada pengaruh positif yang signifikan antara *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen pada minimarket Doremi di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.

$H_1$ : Diduga ada pengaruh positif yang signifikan antara *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen pada minimarket Doremi di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.

**b) Hipotesis 2**

H<sub>0</sub>: Diduga tidak ada pengaruh positif yang signifikan antara keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada minimarket Doremi di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.

H<sub>1</sub>: Diduga ada pengaruh positif yang signifikan antara keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada minimarket Doremi di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.

**c) Hipotesis 2**

H<sub>0</sub>: Diduga tidak ada pengaruh positif yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada minimarket Doremi di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.

H<sub>1</sub>: Diduga ada pengaruh positif yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada minimarket Doremi di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.

**2) Kriteria Pengujian**

- a) H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>1</sub> ditolak jika nilai t hitung < t tabel atau jika t-hitung > t- tabel, dan nilai sig > 0,05.
- b) H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima jika nilai t hitung > t tabel atau jika t-hitung < t- tabel, dan nilai sig < 0,05.

## 3) Menentukan t tabel

Rumus untuk mencari nilai t tabel adalah  $t \text{ tabel} = (\text{tingkat kepercayaan dibagi } 2 : \text{jumlah responden dikurangi jumlah variabel bebas dikurangi } 1)$ . Jika ditulis dalam bentuk rumus maka:

$$t \text{ tabel} = (0,05/2 : n-k-1)$$

$$t \text{ tabel} = (0,05/2 : 75-3-1)$$

$$t \text{ tabel} = (0,05 : 71)$$

maka hasil t tabel adalah 1,993.

## 4) Membuat Kesimpulan

a) Skor *Store Atmosphere* ( $X_1$ ) = nilai t hitung > t tabel dan nilai sig < 0,05.

$$= 2,489 > 1,993 \text{ dan } 0,015 < 0,05$$

Maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen minimarket Doremi di Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung.

b) Skor Keragaman Produk ( $X_2$ ) = nilai t hitung > t tabel dan nilai sig < 0,05.

$$= 3,261 > 1,993 \text{ dan } 0,002 < 0,05$$

Maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen minimarket Doremi di Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung.

c) Skor Harga ( $X_3$ ) = nilai t hitung > t tabel dan nilai sig < 0,05.

$$= 3,737 > 1,993 \text{ dan } 0,000 < 0,05$$

Maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen minimarket Doremi di Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung.

#### b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama.

**Tabel 4.78**

#### **Hasil Uji F**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	684.761	3	228.254	19.615	.000 <sup>b</sup>
	Residual	826.225	71	11.637		
	Total	1510.987	74			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Store Atmosphere, Keragaman Produk

Hipotesis untuk pengujian ini adalah sebagai berikut:

- 1)  $H_0$  = Diduga tidak ada pengaruh positif yang signifikan antara *store atmosphere*, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan

pembelian konsumen pada minimarket Doremi di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.

- 2)  $H_1$  = Diduga ada pengaruh positif yang signifikan antara *store atmosphere*, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada minimarket Doremi di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung.

Berdasarkan hasil uji F menunjukkan hasil perhitungan uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 19,615 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sementara nilai F tabel sebesar 2,73 (dari hasil perhitungan  $df_1 = k$  (k adalah jumlah variabel bebas) = 3 (berarti kolom ke 3) dan  $df_2 = n - k - 1 = 75 - 3 - 1 = 71$  (berarti baris ke 71)). Ini berarti bahwa  $F_{hitung} 19,615 > F_{tabel} 2,73$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima pada hipotesis 4 yang artinya *store atmosphere*, keragaman produk, dan harga secara bersama-sama berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen minimarket Doremi di Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung.

## 6. Koefisien Determinasi

Analisis ini untuk mengetahui “seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen”.

**Tabel 4.79**  
**Koefisien Determinasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.673 <sup>a</sup>	.453	.430	3.41130

a. Predictors: (Constant), Harga, Store Atmosphere, Keragaman Produk

Berdasarkan uji koefisien determinasi pada tabel 4.77 di atas, diketahui bahwa besarnya nilai koefisien korelasi (R) (0,453) dengan nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,453 artinya 45,3% variabel dependen (keputusan pembelian konsumen di minimarket Doremi) dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri dari *Store Atmosphere*, Keragaman Produk, dan Harga, sedangkan sisanya 54,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian.