

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Profil Bisnis Ocamera Tulungagung**

Ocamera Tulungagung adalah salah satu bisnis di bidang jasa sewa kamera yang ada di wilayah Tulungagung. Ocamera Tulungagung berdiri pada tanggal 11 maret 2018 di Kota Tulungagung. Selain bergerak dibidang jasa sewa kamera, Ocamera Tulungagung juga melayani bidang penjualan kamera baru,second dan layanan perbaikan kamera.

Secara geografis, Ocamera Tulngagung berada di wilayah strategis tepatnya berada di tengah kota, beralamat lengkap di Jl.Pangeran Antasari no 6, Kelurahan Kampungdalem, Kecamatan Tulungagung. Hal yang semakin mudah diingat oleh konsumen adalah letak Ocamera tepat berada diselatan Stasiun Tulungagung.

Dalam perkembangannya ocamera sendiri berpusat di Kabupaten Blitar didirikan oleh Ongky Andika pada tahun 2013 dan berkembang terus menerus hingga akhirnya mendirikan cabang toko di Kabupaten Tulungagung, Kediri, Trenggalek dan Nganjuk.

Dalam pemasarannya, Ocamera Tulungagung menggunakan media sosial Instagram dengan nama akun @ocamera\_tulungagung dengan jumlah pengikut per Desember 2018 sebanyak 2000. Penggunaan media sosial dinilai efektif menyasar konsumen utamanya *milenial* yang sebagian besar aktifitas sosial medianya di dominasi penggunaan Instagram.

## B. Karakteristik Responden

Angket dalam penelitian ini yang disebarakan kepada masyarakat Kabupaten Tulungagung sebanyak 100 responden. Sehingga dapat dilakukan analisis atas data yang diperoleh, yaitu meliputi analisis variabel-variabel berupa produk, harga, promosi, lokasi, orang, proses, bukti fisik dan keputusan pembelian dengan jumlah pertanyaan 32 butir di dalam angket. Perhitungan variabel-variabel dilakukan dengan menggunakan computer melalui program SPSS 16.0.

### 1. Jenis kelamin

**Gambar 4.1**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**



Sumber: Data Primer diolah 2020

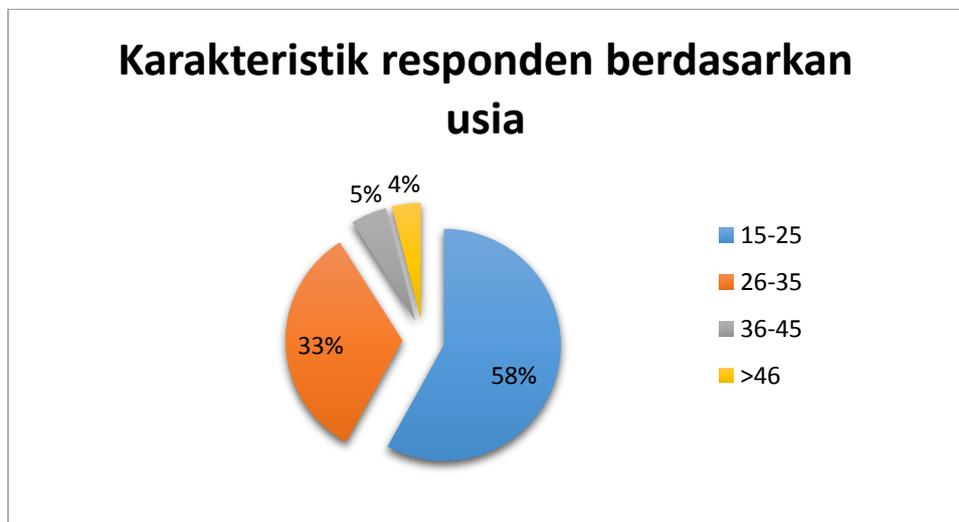
Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa dari 100 responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih banyak dari pada responden dengan jenis kelamin perempuan. Responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 57 responden atau sebesar 57% dari jumlah

keseluruhan responden dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 43 responden atau 43% dari jumlah keseluruhan responden. Dari keterangan tersebut dapat diambil kesimpulan, bahwa konsumen sewa kamera di Ocamera Tulungagung mayoritas laki-laki

## 2. Usia responden

**Gambar 4.2**

### **Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

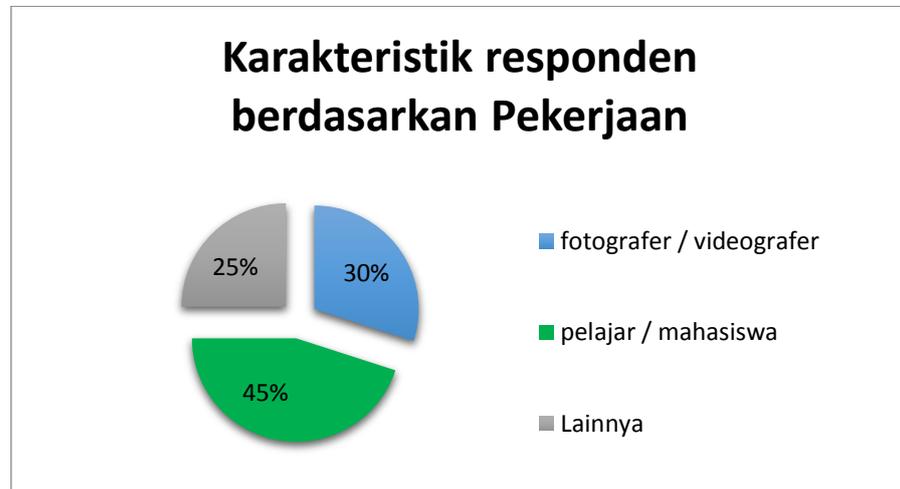


Sumber: data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui responden dengan usia terbanyak adalah 15-25 tahun yaitu sebanyak 58 atau 58%, kemudian usia 26-35 tahun sebanyak 33 orang atau 33%. Selanjutnya usia 36-45 tahun sebanyak 5 orang atau 5%, dan yang paling rendah adalah usia 40 tahun keatas sebanyak 4 orang atau 4 %. Dari keterangan tersebut dapat diambil kesimpulan, bahwa mayoritas konsumen Ocamera Tulungagung berusia antara 15-25 tahun.

### 3. Karakteristik Responde Berdasarkan Pekerjaan

Gambar 4.3

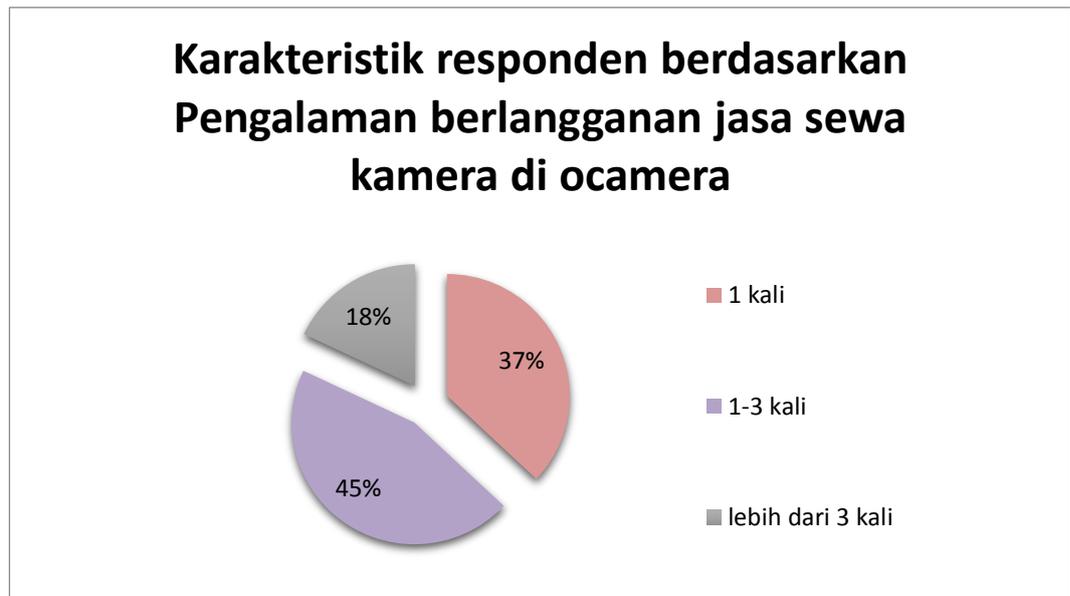


Sumber: data primer diolah 2020

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa pekerjaan responden yang terbanyak adalah kelompok kemudian pelajar atau mahasiswa sebanyak 45 orang atau 45%, kemudian kelompok lainnya yang mencakup PNS, wiraswasta, karyawan, belum bekerja yang berjumlah 25 orang atau 25% dan yang terakhir adalahn fotografer atau videografer sebanyak 30 orang atau 30%. Dari keterangan tersebut dapat diambil kesimpulan, bahwa mayoritas konsumen Ocamera Tulungagung dari kalangan siswa atau mahasiswa sebanyak yakni 45 orang atau 45%.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman berlangganan jasa sewa kamera di ocamera

Gambar 4.4

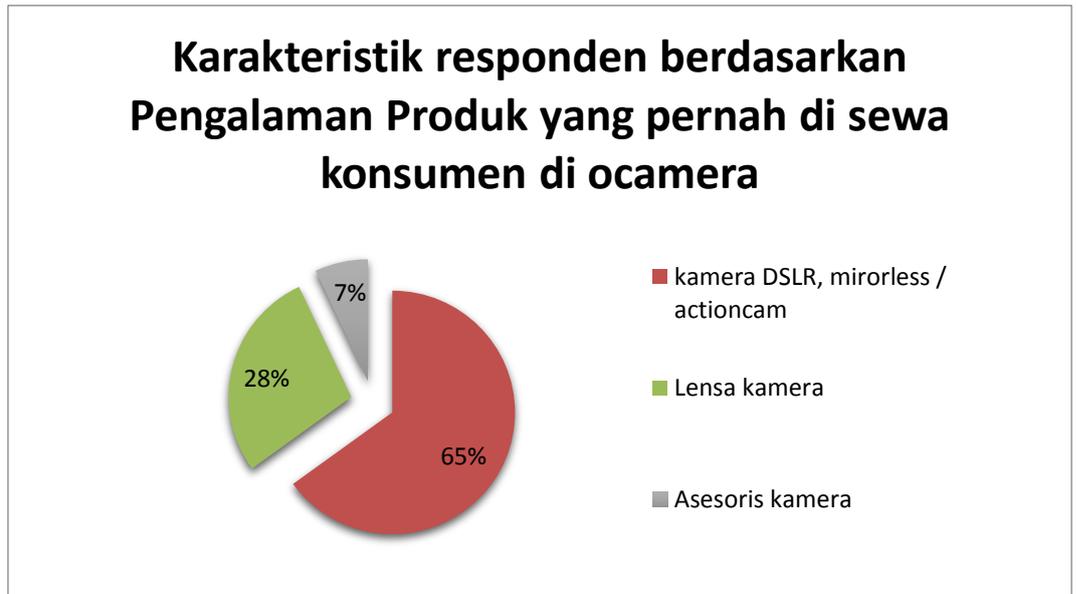


Sumber: data primer diolah 2020

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa pengalaman responden yang pernah menyewa jasa sewa kamera yang terbanyak adalah kelompok yang pernah menyewa 1-3 kali berjumlah 45 orang atau 45%, kemudian kelompok 1 kali sewa sebanyak 37 orang atau 37% dan yang terakhir adalahn kelompok yang lebih dari 2 kali sewa sebanyak 18 orang atau 18%. Dari keterangan tersebut dapat diambil kesimpulan, bahwa mayoritas konsumen Ocamera Tulungagung pernah berlaganan sebanyak 1-3 yakni 45 orang atau 45%.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang pernah disewa konsumen di ocamera Tulungagung

Gambar 4.5



Sumber: data primer diolah 2020

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa produk yang pernah di sewa oleh responden yang terbanyak adalah kelompok kamera DSLR, mirrorless dan actioncam berjumlah 65 orang atau 65%, kemudian lensa kamera sebanyak 28 orang atau 28% dan yang terakhir adalah asesoris kamera yang terdiri dari *gymbal*, *stabilizer*, *tripod* sebanyak 7 orang atau 7%. Dari keterangan tersebut dapat diambil kesimpulan, bahwa mayoritas konsumen Ocamera Tulungagung sering berlangganan sewa kamera DSLR, *mirrorless* dan *actioncam* yakni 65 orang atau 65%.

## C. Hasil Penelitian

### 1. Deskripsi Variabel Penelitian

Angket telah peneliti sebarkan kepada responden yang terdiri atas 32 item pernyataan dan dibagi dalam 8 kategori yaitu:

- a. 4 (empat) pernyataan digunakan untuk mengukur Produk (X1)
- b. 4 (empat) pernyataan digunakan untuk Harga (X2)
- c. 4 (empat) pernyataan digunakan untuk Promosi (X3)
- d. 4 (empat) pernyataan digunakan untuk mengukur Lokasi (X4)
- e. 4 (empat) pernyataan digunakan untuk mengukur Orang (X5)
- f. 4 (empat) pernyataan digunakan untuk mengukur Proses (X6)
- g. 4 (empat) pernyataan digunakan untuk mengukur Bukti Fisik (X7)
- h. 4 (empat) pernyataan digunakan untuk mengukur Keputusan Sewa (Y)

Hasil yang diperoleh dari jawaban responden sebagaimana akan dipaparkan pada tabel berikut ini:

#### a. Produk (X1)

Tanggapan responden tentang variabel produk dengan 4 indikator yang diwakili oleh 4 item pernyataan, terdapat pada pernyataan menyediakan beraneka jenis kamera sangat setuju 11%, setuju 26% netral 45%, tidak setuju 17% dan sangat tidak setuju 1%, kamera yang disewakan aman dan berkualitas yang menyatakan sangat setuju 7%, setuju 40%, dan netral 47% tidak setuju 5%, sangat tidak setuju 1%, ada disetiap kota dikarisidenan

kediri yang menyatakan sangat setuju 11%, setuju 31%, netral 47%, tidak setuju 10% dan sangat tidak setuju 1%, sesuai kebutuhan yang menyatakan sangat setuju 10%, setuju 36%, netral 42%, tidak setuju 11% dan sangat tidak setuju 1%.

b. Harga (X2)

Tanggapan responden tentang variabel harga dengan 4 indikator yang diwakili oleh 4 item pernyataan, terdapat pada pernyataan lebih murah dibandingkan tempat persewaan lain yang menyatakan sangat setuju 7%, setuju 33%, netral 39%, tidak setuju 20%, dan sangat tidak setuju 1%, tidak perlu adanya tawar menawar harga menyatakan bahwa sangat setuju 10%, setuju 32%, netral 44%, tidak setuju 14%, harga sesuai dengan pelayanan yang diberikan menyatakan bahwa sangat setuju 12%, setuju 35%, netral 35%, tidak setuju 18%, sesuai dengan tipe dan merk menyatakan bahwa sangat setuju 21%, setuju 38%, netral 26%, tidak setuju 14%, dan sangat tidak setuju 1%.

c. Promosi (X3)

Tanggapan responden tentang variabel promosi dengan 4 indikator yang diwakili oleh 4 item pernyataan, terdapat pada pernyataan memberikan melihat promosi melalui media sosial menyatakan bahwa sangat setuju 24%, setuju 33%, netral 33%, tidak setuju 5%, adanya potongan harga untuk member dan hari tertentu menyatakan bahwa sangat setuju 9%, setuju 43%, netral

41%, tidak setuju 7%, rekomendasi dari orang lain menyatakan bahwa sangat setuju 20%, setuju 38%, netral 36%, dan sangat tidak setuju 6%, iklan yang menarik menyatakan bahwa sangat setuju 21%, setuju 38%, netral 26%, tidak setuju 14%, dan sangat tidak setuju 1%.

d. Lokasi (X4)

Tanggapan responden tentang variabel lokasi dengan 4 indikator yang diwakili oleh 4 item pernyataan, terdapat pada pernyataan Akses yang mudah mencapai ke ocamera menyatakan bahwa sangat setuju 12%, setuju 27%, netral 42%, tidak setuju 18% dan sangat tidak setuju 1%, lokasi mudah dilihat dari tepi jalan menyatakan bahwa sangat setuju 8%, setuju 41%, netral 45%, tidak setuju 5% dan sangat tidak setuju 1%, lingkungan pada toko sangat nyaman menyatakan bahwa sangat setuju 12%, setuju 33%, netral 45%, tidak setuju 9%, dan sangat tidak setuju 1%, lokasi parkir yang fleksibel menyatakan bahwa sangat setuju 12%, setuju 34%, netral 42%, tidak setuju 11% dan sangat tidak setuju 1%.

e. Orang (X5)

Tanggapan responden tentang variabel orang dengan 4 indikator yang diwakili oleh 4 item pernyataan, terdapat pada pernyataan *crew store* ramah dan simpatik menyatakan bahwa sangat setuju 7%, setuju 39%, netral 44%, tidak setuju 10%, *crew store* sudah ahli dalam dalam bidang fotografi menyatakan bahwa

sangat setuju 5%, setuju 42%, netral 48%, tidak setuju 5%, teliti dalam melayani pelanggan menyatakan bahwa sangat setuju 13%, setuju 52%, netral 33%, tidak setuju 2%, crew store memahami kamera yang akan disewakan menyatakan bahwa sangat setuju 6%, setuju 45%, netral 39%, tidak setuju 10%.

f. Proses (X6)

Tanggapan responden tentang variabel proses dengan 4 indikator yang diwakili oleh 4 item pernyataan, terdapat pada pernyataan proses pelayanan cepat menyatakan bahwa sangat setuju 4%, setuju 39%, netral 43%, tidak setuju 14%, pembayaran di Ocamera bisa secara tunai dan nontunai menyatakan bahwa sangat setuju 5%, setuju 42%, netral 40%, tidak setuju 13%, Kemudahan dan kepraktisan menyewa kamera menyatakan bahwa sangat setuju 8%, setuju 67%, netral 25%, Adanya kejelasan batas waktu sewa sesuai harga yang ditentukan menyatakan bahwa sangat setuju 8%, setuju 62%, netral 30%.

g. Bukti Fisik (X7)

Tanggapan responden tentang variabel bukti fisik dengan 4 indikator yang diwakili oleh 4 item pernyataan, terdapat pada pernyataan memberikan salam yang unik kepada konsumen menyatakan bahwa sangat setuju 14%, setuju 66%, netral 20%, logo yang mudah diingat dan diucapkan menyatakan bahwa sangat setuju 16%, setuju 56%, netral 28%, lokasinya berada di tengah

kota menyatakan bahwa sangat setuju 8%, setuju 68%, netral 24%, crewstore selalu memberikan edukasi kepada pelanggan menyatakan bahwa sangat setuju 17%, setuju 54%, netral 29%.

h. Keputusan Sewa (Y)

Tanggapan responden tentang variabel keputusan sewa dengan 4 indikator yang diwakili oleh 4 item pernyataan, terdapat pada pernyataan tipe dan jenis kamera yang lebih lengkap dari toko lain menyatakan bahwa sangat setuju 13%, setuju 68%, netral 19%, sebagai alternatif dari tempat sewa lain menyatakan bahwa sangat setuju 11%, setuju 59%, netral 30%, merasa puas pelayanan dan kamera yang disewakan menyatakan bahwa sangat setuju 8%, setuju 76%, netral 16%, menjaga kualitas sesuai SOP yang ada menyatakan bahwa sangat setuju 14%, setuju 60%, netral 26%.

#### **D. Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan data angket yang disebarakan menggunakan metode secara media sosial yaitu google form kepada para masyarakat Kabupaten Tulungagung. Sehingga dapat dilakukan analisis data yang diperoleh, yaitu meliputi analisis variabel-variabel independen berupa produk, harga, promosi, lokasi, orang proses, bukti fisik terhadap variabel dependen berupa keputusan sewa. Perhitungan variabel - variabelnya dilakukan dengan menggunakan komputer melalui program SPSS 16.0. Berikut ini deskripsi statistik berdasarkan data yang telah diolah dengan menggunakan SPSS 16.0

## 1. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

### a. Uji Validitas

Berikut ini hasil pengujian validasi pada angket yang disebar pada masyarakat Kabupaten Tulungagung. Nilai validitas dapat dilihat pada nilai *Corrected Item-Total Correlation*.

**Tabel 4.1**  
**Uji Validitas Instrumen Variabel Produk (X1)**

Nomor Item	<i>Corrected-Item Total Correlation</i>	Keterangan
X1.1	0,501	Valid
X1.2	0,568	Valid
X1.3	0,568	Valid
X1.4	0,496	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2020

**Tabel 4.2**  
**Uji Validitas Instrumen Harga (X2)**

Nomer Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
X2.1	0,362	Valid
X2.2	0,345	Valid
X2.3	0,443	Valid
X2.4	0,382	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2020

**Tabel 4.3**  
**Uji Validitas Instrumen Variabel Promosi (X3)**

Nomer Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
X3.1	0,384	Valid
X3.2	0,389	Valid
X3.3	0,473	Valid
X3.4	0,349	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2020

**Tabel 4.4**  
**Uji Validitas Instrumen Variabel Lokasi (X4)**

Nomor Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
X4.1	0,480	Valid
X4.2	0,587	Valid
X4.3	0,616	Valid
X4.4	0,517	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2020

**Tabel 4.5**  
**Uji Validitas Instrumen Variabel Orang (X5)**

Nomor Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
X5.1	0,371	Valid
X5.2	0,328	Valid
X5.3	0,478	Valid

X5.4	0,396	Valid
------	-------	-------

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2020

**Tabel 4.6**  
**Uji Validitas Instrumen Variabel Proses (X6)**

Nomor Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
X6.1	0,612	Valid
X6.2	0,537	Valid
X6.3	0,442	Valid
X6.4	0,323	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2020

**Tabel 4.7**  
**Uji Validitas Instrumen Variabel Bukti Fisik (X7)**

Nomor Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
X7.1	0,426	Valid
X7.2	0,365	Valid
X7.3	0,334	Valid
X7.4	0,401	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2020

**Tabel 4.8**  
**Uji Validitas Instrumen Variabel Keputusan Sewa (Y)**

Nomor Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
Y1	0,466	Valid
Y2	0,341	Valid
Y3	0,314	Valid
Y4	0,304	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2020

Menurut Sugiono dan Wibowo, ketentuan validitas instrumen sah apabila  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  kritis (0,30). Suyuthi item pernyataan atau pertanyaan dikatakan valid jika mempunyai nilai  $r$  hitung lebih besar dengan nilai  $r$  standar yaitu 0,30. Bila korelasi tiap faktor positif dan besarnya 0,30 keatas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat.<sup>1</sup>

Berdasarkan tabel di atas seluruh item pertanyaan atau pernyataan mulai dari variabel Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ), Lokasi ( $X_4$ ), Orang ( $X_5$ ), Proses ( $X_6$ ), Bukti Fisik ( $X_7$ ) dan Keputusan Sewa (Y) adalah valid karena *Corrected Item-total Correlation* lebih besar dibanding 0,30 dan apabila korelasi tiap

---

<sup>1</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0...*, hal. 96.

faktor positif dan besarnya 0,30 ke atas maka variabel tersebut merupakan *construct* yang kuat.

b. Uji Reliabilitas

Dalam suatu penelitian, pengujian reliabilitas instrument dilakukan karena keterandalan instrument berkaitan dengan keajaan dan taraf kepercayaan terhadap instrument penelitian tersebut. Reliabilitas yang digunakan menurut Nugroho dan Sayuti yaitu dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai koefisien *alpha* yang lebih besar dari 0,60. Berikut hasil dari uji reliabilitas variabel Produk (X<sub>1</sub>), Harga (X<sub>2</sub>), Promosi (X<sub>3</sub>), Lokasi (X<sub>4</sub>), Orang (X<sub>5</sub>), Proses (X<sub>6</sub>), Bukti Fisik (X<sub>7</sub>) dan Keputusan Sewa (Y).

**Tabel 4.9**  
**Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Produk**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.738	4

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2020

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Produk sebesar 0,738 lebih dari 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa uji reabilitas pada variabel produk memiliki reabilitas yang baik.

**Tabel 4.10**  
**Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Daya Harga**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.602	4

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2020

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Harga sebesar 0,602 lebih dari 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa uji reabilitas pada variabel harga memiliki reabilitas yang baik.

**Tabel 4.11**  
**Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Promosi**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.617	4

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2020

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel promosi sebesar 0,617 lebih dari 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa uji reabilitas pada variabel promosi memiliki reabilitas yang baik.

**Tabel 4.12**  
**Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Lokasi**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.750	4

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2020

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel lokasi sebesar 0,750 lebih dari 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa uji reabilitas pada variabel Lokasi memiliki reabilitas yang baik.

**Tabel 4.13**  
**Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Orang**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.612	4

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2020

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel orang sebesar 0,612 lebih dari 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa uji reabilitas pada variabel orang memiliki reabilitas yang baik.

**Tabel 4.14**  
**Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Proses**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.688	4

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2020

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel proses sebesar 0,688 lebih dari 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa uji reabilitas pada variabel proses memiliki reabilitas yang baik.

**Tabel 4.15**  
**Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Bukti Fisik**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.601	4

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2020

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Bukti Fisik sebesar 0,601 lebih dari 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa uji reabilitas pada variabel bukti fisik memiliki reabilitas yang baik.

**Tabel 4.16**  
**Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Keputusan Sewa**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.605	4

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2020

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel keputusan sewa sebesar 0,605 lebih dari 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa uji reabilitas pada variabel keputusan sewa memiliki reabilitas yang baik.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Multikolinieritas

Untuk mendeteksi uji multikolinieritas adalah dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai tolerancenya. Jika VIF ( $< 10$ ) kurang dari 10 dan nilai tolerancenya ( $>10$ ) lebih dari 0.10, maka tidak terjadi multikolinieritas. Berikut hasil uji multikolinieritas:

**Tabel 4.17**

**U**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
PRODUK	.963	1.038
HARGA	.790	1.266
PROMOSI	.900	1.111
LOKASI	.822	1.217
ORANG	.634	1.577
PROSES	.581	1.720
BUKTI FISIK	.670	1.493

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN SEWA

**kolinieritas**

**Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2020**

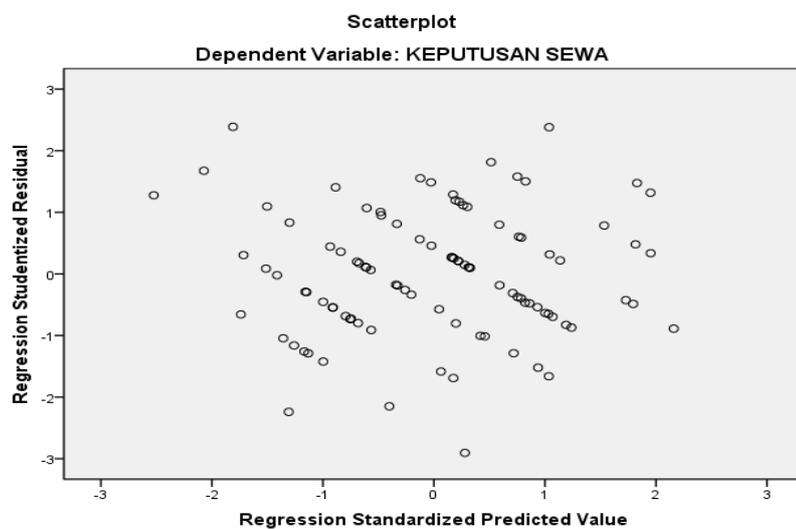
Berdasarkan *coefficients* di atas diketahui bahwa nilai VIF yaitu 1,038 (variabel produk), 1,266 (variabel harga), 1,111 (variabel promosi) 1,217 (variabel lokasi), 1,577 (variabel orang), 1,720 (variabel proses) dan 1,493 (Variabel Keputusan sewa). Jadi

variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinearitas, karena hasilnya lebih kecil dari 10.

b. Uji Heteroskedasitas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedasitas dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot*. Tidak terdapat heteroskedasitas jika: (1) penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola; (2) titik-titik data menyebar di atas dan dibawah atau disekitar angka 0; dan (3) titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas dan dibawah saja. Berikut hasil dari uji heteroskedasitas:

**Tabel 4.18**  
**Uji Heteroskedasitas**



**Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2020**

Dari grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu sehingga penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Uji Normalitas Data

Pada uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai lokasi normal atau tidak. Uji normalitas data dengan *Kolmogorov-Smirnov*, asumsi data dikatakan normal jika, variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Berikut hasil dari uji normalitas:

**Tabel 4.19**  
**Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.01893929
Most Extreme Differences	Absolute	.053
	Positive	.053
	Negative	-.046
Kolmogorov-Smirnov Z		.525
Asymp. Sig. (2-tailed)		.945

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

**Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2020**

Berdasarkan tabel One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test diperoleh angka Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu  $0,945 > 0,05$  sehingga dapat dikatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini lokasi secara normal karena memiliki nilai signifikan lebih dari 0.05.

#### 4. Uji Regresi Linier Berganda

**Tabel 4.20**

Model		Coefficients <sup>a</sup>		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1.328	1.474	
	PRODUK	.085	.043	.145
	HARGA	.140	.048	.234
	PROMOSI	.122	.049	.188
	LOKASI	.090	.045	.158
	ORANG	.141	.068	.188
	PROSES	.144	.072	.189
	BUKTI FISIK	.258	.078	.288

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN SEWA  
 Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2020

Tabel diatas digunakan untuk menggambarkan persamaan regresi berikut ini:

$$Y = 1,328 + 0,085X_1 + 0,140 X_2 + 0,122 X_3 + 0,090X_4 + 0,141 X_5 + 0,144 X_6 + 0,258X_7$$

Atau Minat Beli =  $1,328 + 0,085 (\text{Produk}) + 0,140 (\text{Harga}) + 0,122 (\text{Promosi}) + 0,090 (\text{lokasi}) + 0,141 (\text{orang}) + 0,144 (\text{proses}) + 0,258 (\text{ bukti fisik})$

Keterangan:

- a) Nilai konstanta sebesar 1,328 menyatakan bahwa apabila variabel produk, harga, promosi, lokasi, orang, proses, bukti fisik maka keputusan pembelian sebesar 1,328.
- b) Koefisien regresi  $X_1$ , sebesar + 0,085, menyatakan bahwa semakin tinggi nilai produk akan meningkatkan keputusan sewa sebesar 0,085. Dan sebaliknya jika terjadi penurunan dari produk maka keputusan sewa diprediksi akan mengalami penurunan sebesar 0,085.
- c) Koefisien regresi  $X_2$ , sebesar + 0,140 menyatakan bahwa semakin tinggi nilai harga akan meningkatkan keputusan sewa sebesar 0,140. Dan sebaliknya jika dari harga mengalami penurunan maka keputusan sewa diprediksi juga akan mengalami penurunan sebesar 0,140.
- d) Koefisien regresi  $X_3$ , sebesar + 0,122 menyatakan bahwa semakin tinggi nilai promosi akan meningkatkan keputusan sewa sebesar 0,122. Dan sebaliknya jika dari promosi mengalami penurunan maka keputusan sewa diprediksi juga akan mengalami penurunan sebesar 0,122.

- e) Koefisien regresi  $X_4$ , sebesar  $+ 0,090$  menyatakan bahwa semakin tinggi nilai lokasi akan meningkatkan keputusan sewa sebesar  $0,122$ . Dan sebaliknya jika dari lokasi mengalami penurunan maka keputusan sewa diprediksi juga akan mengalami penurunan sebesar  $0,122$ .
- f) Koefisien regresi  $X_5$ , sebesar  $+ 0,141$  menyatakan bahwa semakin tinggi nilai orang akan meningkatkan keputusan sewa sebesar  $0,141$ . Dan sebaliknya jika dari orang mengalami penurunan maka keputusan sewa diprediksi juga akan mengalami penurunan sebesar  $0,141$ .
- g) Koefisien regresi  $X_6$ , sebesar  $+ 0,144$  menyatakan bahwa semakin tinggi nilai proses akan meningkatkan keputusan sewa sebesar  $0,144$ . Dan sebaliknya jika dari proses mengalami penurunan maka keputusan sewa diprediksi juga akan mengalami penurunan sebesar  $0,144$ .
- h) Koefisien regresi  $X_7$ , sebesar  $+ 0,258$  menyatakan bahwa semakin tinggi nilai bukti fisik akan meningkatkan keputusan sewa sebesar  $0,258$ . Dan sebaliknya jika dari bukti fisik mengalami penurunan maka keputusan sewa diprediksi juga akan mengalami penurunan sebesar  $0,258$ .
- i) Tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah, sedangkan tanda (-) menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

j) Dari hasil uji penelitian terlihat bahwa variabel yang paling dominan dari variabel produk, variabel harga, variabel promosi, variabel lokasi, variabel orang, variabel proses, dan variabel bukti fisik terhadap variabel keputusan pembelian adalah variabel bukti fisik.

#### 5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya variabel independen dalam menerangkan variabel dependen atau untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut hasil uji koefisien determinasi:

**Tabel 4.21**  
**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.728 <sup>a</sup>	.530	.494	1.05699

a. Predictors: (Constant), BUKTI FISIK, PROMOSI, LOKASI, PRODUK, ORANG, HARGA, PROSES

**Sumber: Data Primer diolah SPSS tahun 2020**

Tabel diatas menjelaskan bahwa besarnya presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Angka Adjusted R Square atau besar koefisien determinasi adalah 0,494. Jadi pengaruh variabel independen terhadap perubahan variabel dependen adalah 49,4%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 49,4\% = 50,6\%$ ) dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 6. Uji Hipotesis

### a. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menegetahui apakah masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Cara mengetahuinya dilihat dari nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel maka uji regresi dikatakan signifikan. Atau dengan melihat angka signifikasinya. Jika nilai sig. lebih kecil dari 0.05 maka secara parsial atau sendiri-sendiri variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut hasil uji t:

**Tabel 4.22**  
**Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>		
Standardized Coefficients		
Beta	T	Sig.
	.901	.370

.145	1.995	.049
.234	2.908	.005
.188	2.499	.014
.158	1.998	.049
.188	2.090	.039
.189	2.012	.047
.288	3.300	.001

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN SEWA

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2020

Dari tabel di atas terlihat variabel produk (X1) diperoleh t hitung sebesar 1,995 dengan tingkat sig. 0,49 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05), untuk variabel harga t hitung sebesar 2,908 dengan tingkat sig. 0,005 ((lebih kecil dari taraf signifikan 0,05), variabel promosi t hitung sebesar 2,499 dengan tingkat sig. 0,014 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05) variabel lokasi t hitung sebesar 1,998 dengan tingkat sig. 0,049 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05) variabel orang t hitung sebesar 2,090 dengan tingkat sig. 0,039 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05) variabel proses t hitung sebesar 2,012 dengan tingkat sig. 0,047 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05) variabel bukti fisik t hitung sebesar 3,300 dengan tingkat sig. 0,001 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05). Sehingga dapat dikatakan variabel keduanya secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan sewa. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa:

- a) Hipotesis 1 ( $H_1$ ): “Produk berpengaruh terhadap keputusan sewa kamera di Ocamera Tulungagung” dapat teruji.

- b) Hipotesis 2 ( $H_2$ ): “Harga berpengaruh terhadap keputusan sewa kamera di Ocamera Tulungagung” dapat teruji.
  - c) Hipotesis 3 ( $H_3$ ): “Promosi berpengaruh terhadap keputusan sewa kamera di Ocamera Tulungagung” dapat teruji.
  - d) Hipotesis 4 ( $H_4$ ): “Lokasi berpengaruh terhadap keputusan sewa kamera di Ocamera Tulungagung” dapat teruji.
  - e) Hipotesis 5 ( $H_5$ ): “Orang berpengaruh terhadap keputusan sewa kamera di Ocamera Tulungagung” dapat teruji.
  - f) Hipotesis 6 ( $H_6$ ): “Proses berpengaruh terhadap keputusan sewa kamera di Ocamera Tulungagung” dapat teruji.
  - g) Hipotesis 7 ( $H_7$ ): “Bukti Fisik berpengaruh terhadap keputusan sewa kamera di Ocamera Tulungagung” dapat teruji.
- b. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menilai apakah uji regresi yang dilakukan mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak, dimana jika nilai F hitung lebih besar dari pada F tabel maka uji regresi dikatakan signifikan. Atau dengan melihat angka signifikasinya, jika nilai sig. lebih kecil dari 0.05, maka secara simultan atau bersama-sama pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah signifikan.

#### **Tabel 4.23**

#### **Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	115.965	7	16.566	14.828	.000 <sup>a</sup>
	Residual	102.785	92	1.117		
	Total	218.750	99			

a. Predictors: (Constant), BUKTI FISIK, PROMOSI, LOKASI, PRODUK, ORANG, HARGA, PROSES

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN SEWA

**Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2020**

Dari tabel diatas menjelaskan bahwa besarnya nilai F 14,828 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 (kurang dari 0,05), hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel independen (produk, harga, promosi, lokasi, orang, proses, bukti fisik) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan sewa kamera di Ocamera Tulungagung pada masyarakat Kabupaten Tulungagung. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan sewa kamera di Ocamera Tulungagung. Dengan kata lain hipotesa 8 (H<sub>8</sub>) yaitu “Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Orang, Proses, Bukti Fisik berpengaruh terhadap keputusan sewa kamera di Ocamera Tulungagung”, dapat teruji.