

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Profil Lembaga**

Nama Outlet : Nibras *Fashion* Muslimah  
Alamat : Kec. Munjungan Kab. Trenggalek  
Telepon (HP) : 081217125356  
Mulai berdiri : 25 Juni 2020

##### **2. Sejarah Berdirinya Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek**

Pada awalnya Nibras *fashion* muslimah Munjungan Trenggalek didirikan pada tahun pertengahan 2020. Nibra's sudah ada di Indonesia sejak tahun 2011 akan tetapi masuk ke kabupaten Trenggalek pada tahun keduanya, yakni tahun 2012. Nibras *House* sendiri memiliki beberapa aturan salah satunya yaitu Nibras *House* memiliki satu Outlet resmi setiap kota atau kabupaten. Akan tetapi ada beberapa reseller atau keagenan disetiap kecamatan. Usaha ini bermula dari ingin memiliki usaha busana muslim yang dapat dinikmati setiap kalangan .

##### **3. Visi Nibra's *House***

Menjadi perusahaan trading dan produsen busana muslim yang menjadi pilihan utama dalam memenuhi kebutuhan busana yang berkualitas, *trendy* dan *syar'i*.

#### 4. Misi Nibra's House

- a. Membangun bisnis berlandaskan Islam dengan memberikan kepuasan terhadap pelanggan, mitra kerja dan karyawan, serta
- b. Memberikan manfaat sebanyak-banyaknya kepada umat sehingga menjadi “umat terbaik, hidup berlimpah dan penuh berkah”

#### 5. Letak Geografis dan Kondisi Fisik Nibras

- a. Letak Geografis Outlet Nibras *Fashion* Munjungan Trenggalek  
Nibras *Fashion* Munjungan Trenggalek jika dilihat letak geografisnya memiliki letak yang strategis karena berada di jalan menuju pusat kota, dan letaknya pun diimuka jalan raya besar. Sehingga mudah dijangkau oleh konsumen dan juga calon konsumen yang berada di depan lapangan Munjungan RT 05 RW 01 Desa Munjungan Kecamatan Munjungan Kabupaten Trenggalek.

- b. Kondisi fisik

Kondisi fisik Nibras *fashion* munjungan ini memiliki dua lantai, dengan bangunan ukuran 4 x 12 meter persegi dengan spesifikasi sebagai berikut:

- 1) Bangunan Outlet berbentuk seperti ruko (rumah toko) pada umumnya, dengan depan teras seadanya.
- 2) Bangunan ini memiliki 2 lantai, dengan lantai satu untuk pelayanan dan lantai atas atau lantai dua sebagai gudang, dilengkapi dengan toilet di lantai satu.

- 3) Ruang pelayanan atau lantai 1 terdapat 1 meja kasir, 2 kamar pas, 1 kamar mandi, 6 rak untuk produk Nibra's, CCTV ada 4, printer kecil 1 untuk kasir. AC 2, Kipas Angin 2 dan juga HP CS ada 3.
- 4) Ruang gudang atau lantai dua terdapat 1 Televisi, 1 AC, 1 Kipas angin, 1 Printer besar, 2 CCTV Almari atau rak ada 8 yang berfungsi untuk menyimpan produk Nibras.

## B. Deskripsi Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari responden menggunakan angket yang dibagikan kepada pengunjung Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek yang berjumlah 100 pengunjung. Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian ini, maka diperlukan gambaran mengenai karakteristik responden. Adapun karakteristik dalam penelitian ini, diantaranya:

### 1. Usia Responden

Berikut data mengenai usia responden pengunjung Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Usia Responden**

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	< 17 tahun	1	1%
2	18-25 tahun	65	65%
3	26 tahun keatas	34	34%

	Total	100	100%
--	-------	-----	------

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa usia pengunjung Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek berperan sebagai responden, menunjukkan bahwa responden dengan usia < 17 tahun sebanyak 1 orang atau 1%, yang berusia 18-25 sebanyak 65 orang atau 65% dan usia responden diatas 26 tahun keatas sebanyak 34 orang atau 34%. Jadi dapat disimpulkan paling banyak pengunjung Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek ialah responden yang berusia 18-25 tahun

## 2. Alamat Responden

Berikut data mengenai alamat responden pengunjung Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Alamat Responden**

No	Alamat	Jumlah	Presentase
1	Kabupaten Trenggalek	89	89%
2	Luar Kabupaten Trenggalek	11	11%
	Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa alamat pengunjung Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek, menunjukkan bahwa responden dengan alamat kabupaten Trenggalek sebanyak 89 orang atau 89%, dan dari luar kabupaten Trenggalek sebanyak 11 orang atau 11%. Jadi dapat disimpulkan paling banyak pengunjung Nibras *Fashion*

Cabang Munjungan Trenggalek ialah responden yang beralamat di wilayah kabupaten Trenggalek.

### 3. Pekerjaan Responden

Berikut data mengenai pekerjaan responden pengunjung Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Pekerjaan Responden**

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Wiraswasta	12	12%
2	PNS	5	5%
3	Pelajar	55	55%
4	Lain-lain	28	28%
	Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pekerjaan pengunjung Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek, menunjukkan bahwa responden dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 12 orang atau 12%, pekerjaan PNS sebanyak 5 orang atau 5%, pelajar sebanyak 55 orang atau 55% dan Lain-lain sebanyak 28 orang atau 28%. Jadi dapat disimpulkan paling banyak pengunjung Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek ialah responden yang berasal dari pelajar.

#### 4. Jenis Kelamin Responden

Berikut data mengenai jenis kelamin responden pengunjung Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Jenis Kelamin Responden**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	17	17%
2	Perempuan	83	83%
	Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jenis kelamin pengunjung Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek, menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki dengan selisih 66 orang, yaitu sebanyak 83 orang atau 83% responden berjenis kelamin perempuan dan 17 orang atau 17% responden berjenis kelamin laki-laki.

#### C. Deskripsi Variabel Penelitian

##### 1. Variabel Potongan Harga

**Tabel 4.5. Hasil Kuesioner Tentang Variabel Potongan Harga**

Variabel	Indikator	Item	Jawaban Responden									
			SS		S		RR		KS		STS	
	X1.1	X1.1.1	35	35%	41	41%	24	24%	-	-	-	-
		X1.1.2	47	47%	49	49%	4	4%	-	-	-	-
		X1.2.3	36	36%	38	38%	21	21%	4	4%	1	1%

X1	X1.2	X1.2.4	63	63%	28	28%	9	9%	-	-	-	-
		X1.3.5	44	44%	38	38%	16	16%	2	2%	-	-
	X1.3	X1.3.6	51	51%	39	39%	10	10%	-	-	-	-
		X1.4.7	27	27%	37	37%	28	28%	7	7%	1	1%
	X1.4	X1.4.8	31	31%	42	42%	21	21%	4	4%	2	2%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa dari variabel Potongan harga (X1) dibagi menjadi 4 Indikator. Indikator X1.1 dideskripsikan oleh 2 item pertanyaan pertama X1.1.1 dimana sebanyak 41 responden (41%) mayoritas menjawab Setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju jika diskon yang diberikan Toko Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek mempunyai jangka waktu yang panjang. Kedua item pertanyaan X1.1.2 dimana sebanyak 49 responden (49%) mayoritas menjawab setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila Harga produk yang diberikan sesuai dengan kualitasnya.

Kemudian Indikator X1.2 terdapat 2 item pertanyaan. Pertama item pertanyaan X1.2.3 dimana sebanyak 38 responden (38%) mayoritas menjawab Setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila potongan harga yang diberikan cukup besar. Kedua item pertanyaan X1.2.4 dimana sebanyak 63 responden (63%) mayoritas menjawab Sangat Setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila Toko menjadi ramai saat adanya diskon.

Kemudian Indikator X1.3 terdapat 2 item pertanyaan. Pertama item pertanyaan X1.3.5 dimana sebanyak 44 responden (44%) mayoritas menjawab sangat setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila diskon yang diberikan sangat menghemat pengeluaran. Kedua item pertanyaan X1.3.6 dimana sebanyak 51 responden (51%) mayoritas menjawab Sangat Setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila merasa senang dengan diskon yang ditawarkan.

Kemudian Indikator X1.4 terdapat 2 item pertanyaan. Pertama item pertanyaan X1.4.7 dimana sebanyak 37 responden (37%) mayoritas menjawab setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila akan terus membeli produk-produk dari Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek. Kedua item pertanyaan X1.4.8 dimana sebanyak 42 responden (42%) mayoritas menjawab Setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila Diskon yang ditawarkan benar-benar menarik keinginan untuk membeli.

## 2. Variabel Desain Produk

**Tabel 4.6. Hasil Kuesioner Tentang Variabel Desain Produk**

Variabel	Indikator	Item	Jawaban Responden									
			SS		S		RR		KS		STS	
	X2.1	X2.1.1	25	25%	49	49%	25	25%	-	-	1	1%
		X2.1.2	28	28%	58	58%	14	14%	-	-	-	-
		X2.2.3	26	26%	54	54%	19	19%	1	1%	-	-

X2	X2.2	X2.2.4	31	31%	54	54%	15	15%	-	-	-	-
		X2.3.5	32	32%	54	54%	13	13%	1	1%	-	-
	X2.3	X2.3.6	32	32%	51	51%	16	16%	1	1%	-	-
		X2.4.7	38	38%	46	46%	15	15%	-	-	1	1%
	X2.4	X2.4.8	34	34%	37	37%	14	14%	4	4%	1	1%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa dari variabel desain produk (X2) dibagi menjadi 4 Indikator. Indikator X2.1 dideskripsikan oleh 2 item pertanyaan pertama X2.1.1 dimana sebanyak 49 responden (49%) mayoritas menjawab Setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju jika Produk yang ada di Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek berbeda dengan toko-toko lainnya. Kedua item pertanyaan X2.1.2 dimana sebanyak 58 responden (58%) mayoritas menjawab setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila Desain produk yang selalu *trendy* dan *fashionable*.

Kemudian Indikator X2.2 terdapat 2 item pertanyaan. Pertama item pertanyaan X2.2.3 dimana sebanyak 54 responden (54%) mayoritas menjawab Setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila Desain produk yang ditawarkan selalu sesuai dengan harapan. Kedua item pertanyaan X2.2.4 dimana sebanyak 54 responden (54%) mayoritas menjawab Sangat Setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila Kualitas produk di *Nibras Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek selalu terjaga.

Kemudian Indikator X2.3 terdapat 2 item pertanyaan. Pertama item pertanyaan X2.3.5 dimana sebanyak 54 responden (51%) mayoritas menjawab sangat setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila Produk dari di *Nibras Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek selalu awet dan tahan lama. Kedua item pertanyaan X2.3.6 dimana sebanyak 51 responden (51%) mayoritas menjawab Sangat Setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila Produk dari di *Nibras Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek tidak mudah rusak.

Kemudian Indikator X2.4 terdapat 2 item pertanyaan. Pertama item pertanyaan X2.4.7 dimana sebanyak 46 responden (46%) mayoritas menjawab setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila Desain produk yang ditawarkan selalu menarik. Kedua item pertanyaan X2.4.8 dimana sebanyak 37 responden (37%) mayoritas menjawab Setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila Desain produk yang ditawarkan banyak dan beragam.

### 3. Variabel Citra Merek

**Tabel 4.7. Hasil Kuesioner Tentang Variabel Citra Merek**

Variabel	Indikator	Item	Jawaban Responden									
			SS		S		RR		KS		STS	
	X3.1	X3.1.1	27	27%	58	58%	15	15%	-	-	-	-
		X3.1.2	28	28%	63	63%	8	8%	1	1%	-	-
		X3.1.3	25	25%	65	65%	9	9%	1	1%	-	-

X3		X3.2.4	29	29%	62	62%	9	9%	-	-	-	-
	X3.2	X3.2.5	29	29%	57	57%	12	12%	2	2%	-	-
		X3.2.6	27	27%	61	61%	12	12%	-	-	-	-
		X3.3.7	33	33%	58	58%	9	9%	-	-	-	-
	X3.3	X3.3.8	27	27%	58	58%	15	15%	-	-	-	-
		X3.3.9	30	30%	52	52%	18	18%	-	-	-	-

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa dari variabel citra merek (X3) dibagi menjadi 3 Indikator. Indikator X3.1 dideskripsikan oleh 3 item pertanyaan pertama X3.1.1 dimana sebanyak 58 responden (58%) mayoritas menjawab Setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju jika produk dari nibras *fashion* sudah sering di dengar. Kedua item pertanyaan X3.1.2 dimana sebanyak 63 responden (63%) mayoritas menjawab setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila kualitas produk yang ditawarkan selalu terjaga. Ketiga item pertanyaan X3.1.3 dimana sebanyak 65 responden (65%) mayoritas menjawab setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila merasa puas dengan produk yang ditawarkan.

Kemudian Indikator X3.2 terdapat 3 item pertanyaan. Pertama item pertanyaan X3.2.4 dimana sebanyak 62 responden (62%) mayoritas menjawab Setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila Nibras *fashion* membuat produk yang berkualitas dan terjamin keawetannya. Kedua item pertanyaan X3.2.5 dimana sebanyak 57 responden (57%) mayoritas menjawab Sangat Setuju yang menunjukkan

bahwa responden setuju apabila Desain yang dibuat produk Nibras *Fashion* sesuai dengan masa kini. Ketiga item pertanyaan X3.2.6 dimana sebanyak 61 responden (61%) mayoritas menjawab Sangat Setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju jika memiliki rasa percaya diri ketikamemakai produk Nibras *Fashion*.

Kemudian Indikator X3.3 terdapat 3 item pertanyaan. Pertama item pertanyaan X3.3.7 dimana sebanyak 58 responden (58%) mayoritas menjawab sangat setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila Konsumen yang memakai produk Nibras *Fashion* cenderung mengikuti trend masa kin. Kedua item pertanyaan X3.3.8 dimana sebanyak 58 responden (58%) mayoritas menjawab Sangat Setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila produk Nibras *Fashion* memiliki ciri khas atau simbol yang mudah dikenal. Ketiga item pertanyaan X3.3.9 dimana sebanyak 52 responden (52%) mayoritas menjawab Sangat Setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila Produk yang di tawarkan di nibras fashion memiliki jenis bahan yang berkualitas.

#### 4. Variabel Keputusan Pembelian

**Tabel 4.8. Hasil Kuesioner Tentang Variabel Keputusan Pembelian**

Variabel	Indikator	Item	Jawaban Responden									
			SS		S		RR		KS		STS	
	Y.1	Y.1.1	32	32%	56	56%	12	12%	-	-	-	-
		Y.1.2	33	33%	56	56%	11	11%	-	-	-	-

Y												
		Y.1.3	27	27%	60	60%	13	13%	-	-	-	-
		Y.2.4	31	31%	52	52%	17	17%	-	-	-	-
	Y.2	Y.2.5	32	32%	49	49%	19	19%	-	-	-	-
		Y.2.6	26	26%	55	55%	15	15%	4	4%	-	-
		Y.3.7	26	26%	61	61%	11	11%	2	2%	-	-
	Y.3	Y.3.8	29	29%	54	54%	15	15%	2	2%	-	-
		Y.3.9	23	23%	44	44%	25	25%	8	8%	-	-
		Y.3.10	23	23%	45	45%	22	22%	10	10%	-	-

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa dari variabel keputusan pembelian (Y) dibagi menjadi 3 Indikator. Indikator Y.1 dideskripsikan oleh 3 item pertanyaan pertama Y.1.1 dimana sebanyak 56 responden (56%) mayoritas menjawab Setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju jika memutuskan membeli karena harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang di dapat. Kedua item pertanyaan Y.1.2 dimana sebanyak 56 responden (56%) mayoritas menjawab setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila memutuskan membeli karena nibras fashion selalu mengutamakan kualitas produknya. Ketiga item pertanyaan Y.1.3 dimana sebanyak 60 responden (60%) mayoritas menjawab setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila memutuskan membeli karena nibras *fashion* selalu menjaga loyalitas konsumennya.

Kemudian Indikator Y.2 terdapat 3 item pertanyaan. Pertama item pertanyaan Y.2.4 dimana sebanyak 52 responden (52%) mayoritas menjawab Setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek sudah banyak terkenal dikalangan warga munjungan. Kedua item pertanyaan Y.2.5 dimana sebanyak 49 responden (49%) mayoritas menjawab Sangat Setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila Desain Ketika melihat produk yang sekiranya menarik, saya langsung membelinya Ketiga item pertanyaan Y.2.6 dimana sebanyak 55 responden (55%) mayoritas menjawab Sangat Setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju jika memutuskan membeli karena desain yang ditawarkan cukup menarik.

Kemudian Indikator Y.3 terdapat 4 item pertanyaan. Pertama item pertanyaan Y.3.7 dimana sebanyak 61 responden (61%) mayoritas menjawab sangat setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila memutuskan membeli karena produk yang ditawarkan banyak dan beragam. Kedua item pertanyaan Y.3.8 dimana sebanyak 54 responden (54%) mayoritas menjawab Sangat Setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju jika memutuskan membeli karena harga produk yang cukup terjangkau. Ketiga item pertanyaan Y.3.9 dimana sebanyak 44 responden (44%) mayoritas menjawab Sangat Setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju apabila setiap kali melihat produk dengan model terbaru/bagus saya langsung membelinya tanpa mempertimbangkan harga. Keempat item pertanyaan Y.3.10 dimana sebanyak 45 responden (45%)

mayoritas menjawab Sangat Setuju yang menunjukkan bahwa responden setuju jika sudah menyukai suatu produk fashion, tidak ingin menunda untuk membelinya.

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

##### **1. Uji Validitas dan Reliabilitas**

###### **a. Uji validitas**

Instrumen penelitian perlu dilakukan pengujian untuk mengukur validitas dan juga reliabilitas instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Pengujian instrumen penelitian digunakan untuk memperoleh ketepatan data penelitian, sebab ketepatan data penelitian menentukan kualitas hasil penelitian. Pengujian instrumen pada penelitian ini dilakukan pada 40 pengunjung Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek. Uji validitas merupakan langkah awal yang perlu dilakukan setelah data atau jawaban dari para responden terkumpul. Uji validitas dilaksanakan dengan cara menghitung korelasi antara nilai dari masing-masing instrumen dengan nilai total dari jawaban responden pada kuesioner yang telah dibagikan. Suatu instrumen dinyatakan valid jika koefisien korelasi  $r$ -hitung lebih besar dibandingkan dengan koefisien korelasi  $r$ -tabel.<sup>93</sup> Dasar pengambilan kesimpulan dalam uji validitas, dapat dilakukan melalui beberapa cara, yaitu;

---

<sup>93</sup> Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*”, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), hal. 41

- 1) Apabila nilai  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ , maka item soal pada kuesioner tersebut valid.
- 2) Apabila nilai  $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ , maka item soal angket tersebut dinyatakan tidak valid.

Pada penelitian ini, pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan berdasarkan pada tanggapan dari 40 responden. Karena jumlah responden sebanyak 40 orang (untuk uji validitas) dengan nilai signifikansi 5% maka nilai  $r\text{-tabel}$  untuk  $N = 40$  orang adalah 0,304. Adapun hasil dari uji validitas pada setiap variabel pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil uji validitas**

Variabel	R hitung	R table	Keterangan
Potongan Harga 1	0,509	0,304	Valid
Potongan Harga 2	0,578	0,304	Valid
Potongan Harga 3	0,820	0,304	Valid
Potongan Harga 4	0,609	0,304	Valid
Potongan Harga 5	0,760	0,304	Valid
Potongan Harga 6	0,694	0,304	Valid
Potongan Harga 7	0,830	0,304	Valid
Potongan Harga 8	0,645	0,304	Valid
Desain Produk 1	0,824	0,304	Valid
Desain Produk 2	0,887	0,304	Valid
Desain Produk 3	0,847	0,304	Valid

Desain Produk 4	0,868	0,304	Valid
Desain Produk 5	0,920	0,304	Valid
Desain Produk 6	0,915	0,304	Valid
Desain Produk 7	0,802	0,304	Valid
Desain Produk 8	0,891	0,304	Valid
Citra Merek 1	0,903	0,304	Valid
Citra Merek 2	0,887	0,304	Valid
Citra Merek 3	0,831	0,304	Valid
Citra Merek 4	0,897	0,304	Valid
Citra Merek 5	0,868	0,304	Valid
Citra Merek 6	0,892	0,304	Valid
Citra Merek 7	0,860	0,304	Valid
Citra Merek 8	0,858	0,304	Valid
Citra Merek 9	0,797	0,304	Valid
Keputusan Pembelian 1	0,814	0,304	Valid
Keputusan Pembelian 2	0,801	0,304	Valid
Keputusan Pembelian 3	0,833	0,304	Valid
Keputusan Pembelian 4	0,873	0,304	Valid
Keputusan Pembelian 5	0,790	0,304	Valid
Keputusan Pembelian 6	0,837	0,304	Valid
Keputusan Pembelian 7	0,790	0,304	Valid
Keputusan Pembelian 8	0,849	0,304	Valid
Keputusan Pembelian 9	0,759	0,304	Valid
Keputusan Pembelian 10	0,825	0,304	Valid

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji yang telah dianalisis dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan adalah valid karena nilai  $r_{hitung}$  lebih dari  $r_{tabel}$ .

b. Uji reliabilitas

Pada prinsipnya uji reliabilitas digunakan untuk menguji data yang kita peroleh sebagai misal hasil dari jawaban kuesioner yang kita bagikan. Teknik yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas ini adalah teknik *cronbach alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Potongan Harga	0,835	Reliabel
2	Desain Produk	0,952	Reliabel
3	Citra Merek	0,950	Reliabel
4	Keputusan Membeli	0,941	Reliabel

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan tabel 4.10 seluruh nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,60 yang jadi dapat disimpulkan bahwa reliabilitas dan variabel dapat diterima atau reliabel.

2. Uji asumsi klasik

a. Uji multikolinieritas

Multikolinieritas adalah situasi dimana terdapat korelasi variabel-variabel bebas di antara satu dengan yang lainnya. Masalah Multikolinieritas yang serius dapat mengakibatkan berubahnya tanda dari parameter estimasi. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena  $VIF = 1/tolerance$ )

dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Untuk mengetahui terjadi tidaknya multikolinearitas, digunakan ketentuan yaitu, jika  $VIF \geq 10$ , maka terjadi multikolinearitas dan jika  $VIF < 10$ , maka tidak terjadi multikolinearitas. Dilihat dari nilai *tolerance* jika lebih kecil dari 0,10 maka terjadi multikolinearitas dan jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	VIF	Keterangan
Potongan Harga	3,246	Tidak terjadi gejala multikolinieritas
Desain Produk	3,827	Tidak terjadi gejala multikolinieritas
<i>Brand Image</i>	1,749	Tidak terjadi gejala multikolinieritas

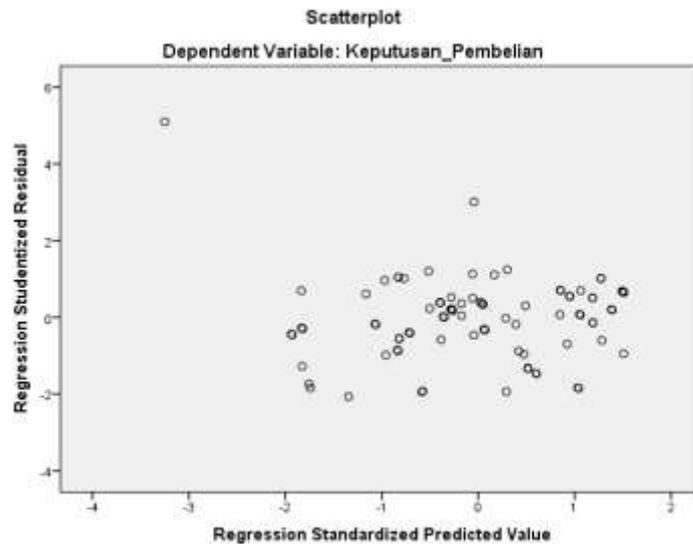
*Sumber: Data Primer yang diolah, 2021*

Dari tabel 4.11 disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

b. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data *cross section* daripada *time series*. Sedangkan untuk mendeteksi ada atau tidaknya dapat dilihat pada pola gambar scatterplot model tersebut. Selain itu juga dapat dilakukan dengan Uji Glejser. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

**Gambar 4.1**  
**Hasil uji heteroskedastisitas dengan scatterplot**



*Sumber: Data Primer yang diolah, 2021*

Dari gambar 4.1. Berdasarkan output scatterplot di atas diketahui bahwa : titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0. Titik-titik mengumpul hanya di atas atau di bawah saja. Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan kembali melebar kembali. Penyebaran titik-titik data tidak berpola. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, hingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi. Heteroskedastisitas adalah kebalikan dari homoskedastisitas, yaitu keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari error untuk semua pengamatan setiap variabel bebas pada model regresi. Dimana pada saat terjadi heteroskedastisitas titik pola berkumpul menjadi satu dan membentuk pola.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Metode Uji Glejser**

Variabel	Sig.	Keterangan
Potongan Harga	.360	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Desain Produk	.563	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Citra Merek	.199	Tidak terjadi heteroskedastisitas

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2021*

Dari tabel 4.12 disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Normalitas data

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Dalam mendeteksi normalitas data menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* yang dipadukan dengan kurva Normal Q-Q Plots. Nilai Sig atau signifikansi atau nilai probabilitas  $\geq 0.05$  distribusi data adalah normal.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,13257707
	Absolute	,122
Most Extreme Differences	Positive	,122
	Negative	-,103
Test Statistic		1,216
Asymp. Sig. (2-tailed)		,104

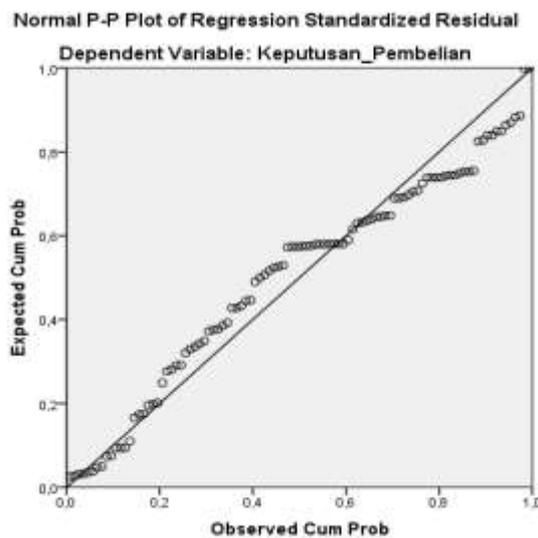
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer yang diolah,2021

Dari tabel 4.13 dianalisis bahwa nilai Asymp. Sig. 0,104 > 0,05 yang berarti data adalah berdistribusi normal.

**Gambar 4.2**  
**Hasil uji normalitas dengan P-P Plot**



Sumber: Data Primer yang diolah,2021

Berdasarkan gambar 4.2 dapat dianalisis bahwa titik-titik menyebar sekitar garis dan juga mengikuti garis diagonal, hal ini mengindikasikan bahwa model regresi ini telah memenuhi asumsi normalitas.

d. Uji autokorelasi

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t$  sebelumnya pada model regresi linier yang dipergunakan. Hasil perhitungan dari IBM SPSS 21.0 yaitu 2,124. Untuk mencari nilai dL dan dU adalah dengan melihat tabel DW

dengan cara  $K/N$  dimana  $K$  adalah jumlah variabel independent dan  $N$  adalah jumlah responden. Pada penelitian ini didapatkan 3,100 dan dengan nilai  $dL$  1,6131 dan  $dU$  1,7374. Karena nilai  $dU$  lebih tinggi besar dari  $dL$  dan kurang dari  $(4-d_U) = 4 - 1,7374 = 2,2626$ , jadi  $(d_U < DW < 4 - d_U)$  adalah  $(1,7374 < 2,124 < 2,2626)$ , jadi disimpulkan bahwa tidak ada gejala autokorelasi.

e. Uji Linearitas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen bersifat linier (garis lurus). Untuk mengetahui linier tidaknya data penelitian dapat dengan menggunakan program komputer SPSS 21.00 *for windows* dengan dasar pengambilan keputusan yakni: jika nilai *Deviation from Linearity Sig.*  $> 0,05$ , maka ada hubungan yang linier secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent. Jika nilai *Deviation from Linearity Sig.*  $< 0,05$ , maka tidak ada hubungan yang linier secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependen.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Linearitas**

No	Variabel	<i>Deviation from Linearity</i>
1	Potongan Harga	0,159
2	Desain Produk	0,224
3	Citra Merek	0,084

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan dari tabel 4.14 di atas, diperoleh nilai *Deviation from Linearity Sig.* adalah  $> 0,05$ . Maka dapat disimpulkan ada hubungan linear secara signifikan antara Variabel Potongan Harga, Desain Produk dan Citra Merek Latar dengan Variabel Keputusan Pembelian.

### 3. Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu metode sederhana untuk melakukan investigasi tentang hubungan fungsional diantara beberapa variabel. Perumusan model analisis linier berganda yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

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

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,897	2,808		1,744	,084
1 Potongan_harga	,562	,129	,437	4,356	,000
Desain_Produk	,508	,127	,436	4,009	,000
Citra_Merek	,106	,088	,105	2,071	,004

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Persamaan regresi pada hasil penelitian ini adalah:

$$Y = a + 4,897 + 0,562 (\text{Potongan Harga}) + 0,508 (\text{Desain Produk}) + 0,106 (\text{Citra Merek}) + e$$

Keterangan:

- a. Konstanta sebesar 4,897 menyatakan bahwa jika dalam keadaan konstanta variabel potongan harga, desain produk, *brand image* terhadap keputusan membeli di Toko Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek naik sebesar 4,897 satu satuan. Artinya apabila di tahun yang akan datang potongan harga, desain produk, Citra Merek terhadap keputusan membeli di Toko Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek akan mengalami kenaikan sebesar 1,572%
- b. Koefisien regresi  $X_1$  (potongan harga) sebesar 0,562 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan potongan harga, maka akan menambah nilai keputusan membeli di Toko Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek sebesar 0,562 1 satuan. Dan sebaliknya, setiap penurunan 1 satuan potongan harga, maka akan menurunkan nilai keputusan membeli di Toko Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek sebesar 0,562 1 satuan dengan anggapan desain produk dan Citra Merek tetap. Dilihat dari tabel di atas maka nilai potongan harga memiliki tren positif, artinya setiap kenaikan potongan harga akan menaikkan nilai keputusan membeli di Toko Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek sehingga apabila potongan harga naik 1% maka akan menaikkan nilai

- keputusan membeli di Toko Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek sebesar 0,562%.
- c. Koefisien regresi  $X_2$  (desain produk) sebesar 0,508 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan desain produk, maka akan menambah nilai keputusan membeli di Toko Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek sebesar 0,508 1 satuan. Dan sebaliknya, setiap penurunan 1 satuan desain produk, maka akan menurunkan nilai keputusan membeli di Toko Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek sebesar 0,508 1 satuan dengan anggapan potongan harga dan Citra Merek tetap. Dilihat dari tabel di atas maka nilai desain produk memiliki tren positif, artinya setiap kenaikan lingkungan sosial akan menaikkan nilai keputusan membeli di Toko Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek sehingga apabila desain produk naik 1% maka akan menaikkan nilai keputusan membeli di Toko Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek sebesar 0,508%.
- d. Koefisien regresi  $X_3$  (Citra Merek) sebesar 0,106 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan Citra Merek, maka akan menambah nilai keputusan membeli di Toko Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek sebesar 0,106 1 satuan. Dan sebaliknya, setiap penurunan 1 satuan Citra Merek, maka akan menurunkan nilai keputusan membeli di Toko Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek sebesar 0,106 1 satuan dengan anggapan

potongan harga dan desain produk tetap. Dilihat dari tabel di atas maka nilai Citra Merek memiliki tren positif, artinya setiap kenaikan *brand image* akan menaikkan nilai keputusan membeli di Toko Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek sehingga apabila Citra Merek naik 1% maka akan menaikkan nilai keputusan membeli di Toko Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek sebesar 0,106%.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji parsial

Uji parsial ini digunakan untuk menguji pengaruh dari setiap variabel bebas yang dihasilkan dari persamaan regresi secara individu dan berpengaruh terhadap nilai variabel terikat. Kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan ada pengaruh antara variable bebas dan independen
- 2) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan tidak ada pengaruh antara variable bebas dan independen

Dan dengan kriteria pengujian yang dilihat dari nilai (sig-t) dengan taraf signifikansi 0,05 adalah sebagai berikut:

- 1) Jika Sig.  $> 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan tidak ada pengaruh antara variable bebas dan independen
- 2) Jika Sig.  $< 0,05$  maka  $H_0$  diterima ada pengaruh antara variable bebas dan independen

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Parsial**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,897	2,808		1,744	,084
1 Potongan_harga	,562	,129	,437	4,356	,000
Desain_Produk	,508	,127	,436	4,009	,000
Citra_Merek	,106	,088	,105	2,071	,004

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

1) Variabel potongan harga

Dari hasil uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  pada variabel religiulitas sebesar 4,536. Sementara itu  $t_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 0,05 diperoleh nilai  $t_{tabel}$  1,985. Hasil perbandingan keduanya menghasilkan perbandingan  $t_{hitung}$  lebih besar daripada  $t_{tabel}$  yakni  $4,536 > 1,985$ . Pada nilai sig hitung  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Oleh karena itu dapat diambil kesimpulan ada pengaruh yang signifikan antara potongan harga dan keputusan membeli di Toko Nibras Fashion Cabang Munjungan Trenggalek.

## 2) Variabel desain produk

Dari hasil uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  pada variabel lingkungan sosial sebesar 4,009. Sementara itu  $t_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 0,05 diperoleh nilai  $t_{tabel}$  1,985. Hasil perbandingan keduanya menghasilkan perbandingan  $t_{hitung}$  lebih besar daripada  $t_{tabel}$  yakni  $4,009 > 1,985$ . Pada nilai sig hitung  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Oleh karena itu dapat diambil kesimpulan ada pengaruh yang signifikan antara desain produk dan keputusan membeli di Toko Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek.

## 3) Variabel Citra Merek

Dari hasil uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  pada variabel pengetahuan sebesar 2,071. Sementara itu  $t_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 0,05 diperoleh nilai  $t_{tabel}$  1,985. Hasil perbandingan keduanya menghasilkan perbandingan  $t_{hitung}$  lebih besar daripada  $t_{tabel}$  yakni  $2,071 > 1,985$ . Pada nilai sig hitung  $0,004 < 0,05$ . Dengan demikian menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Oleh karena itu dapat diambil kesimpulan ada pengaruh yang signifikan antara Citra Merek dan keputusan membeli di Toko Nibras *Fashion* Cabang Munjungan Trenggalek.

b. Uji simultan

Uji simultan adalah analisis pada tabel anova yang digunakan untuk melihat apakah variable independen secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variable independen secara signifikan.

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Simultan**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2299,509	3	766,503	75,744	,000 <sup>b</sup>
Residual	971,491	96	10,120		
Total	3271,000	99			

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Brand\_Image, Potongan\_harga, Desain\_Produk

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Pada hasil uji  $F_{hitung}$  yang diperoleh 75,744 dan nilai  $F_{tabel}$  2,31. Hasil perbandingan keduanya menghasilkan perbandingan  $F_{hitung}$  lebih besar daripada  $F_{tabel}$  yakni  $75,744 > 2,31$ . Dan nilai sig.  $0,000 > 0,05$ . Dengan demikian menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Oleh karena itu dapat diambil kesimpulan bahwa potongan harga, desain produk, dan Citra Merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di toko Nibras *Fashion* cabang Munjungan Trenggalek.

### 5. Uji koefisien determinasi ( $R^2$ )

Uji ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kontribusi variabel independen terhadap dependen. Hasil ini dilihat pada tabel model summary.

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,838 <sup>a</sup>	,703	,694	3,181

a. Predictors: (Constant), Brand\_Image, Potongan\_harga, Desain\_Produk

b. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Dari hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,694. Hal ini dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh variabel bebas (potongan harga, desain produk, dan Citra Merek) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) adalah 69,4%. Sementara itu sisanya 30,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model regresi ini.