

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Penelitian

1. Lokasi

Jl. Ki Mangun Sarkoro IV, RT. 007/ RW. 008, Dusun Prayan. Desa Sobontoro, Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung, Provinsi Jawa Timur

2. Sejarah

Toko Vienna Grosir Tulungagung merupakan salah satu pusat produk berpakaian yang menyediakan grosir pakaian dalam terlengkap baik pria maupun wanita, anak-anak sampai dewasa. Grosir pakaian dalam pria terlengkap seperti CD pria, boxer dan singlet. Selain itu juga menyediakan grosir pakaian dalam wanita seperti BH, BRA, CD, androk, korset, gurita, miniset, manshet. Supplier pakaian dalam import, dan jual CD murah, handuk, kaos kaki dan perlengkapan bayi.

Toko Vienna Grosir Tulungagung didirikan oleh Bapak Arif pada tahun 2016. Sebelumnya bapak arif memasarkan produk-produknya dengan terjun ke pasar seperti Surabaya, pesan antar kepada beberapa *reseller* yang sudah berkerjasama. Seiring berjalannya waktu, tingkat pemasaran Bapak Arif terus meningkat dan pengembangan kualitas produknya yang sesuai dengan kebutuhan para *reseller*, sehingga pengelolaan dan pengembangan usahanya dapat berjalan lancar.

Dengan terus melakukan pengembangan terhadap usahanya, keuletan dengan mengumpulkan hasil keuntungan penjualan dengan menjadikan modal untuk dapat mendirikan toko grosir tersebut.

Seiring berjalannya waktu di bukanya Toko Vienna Grosir Tulungagung yang dulunya hanya beberapa *reseller* yang kenal bekerjasama dengan Bapak Arif, namun Toko Vienna Grosir Tulungagung mulai dikenal dikalangan para *reseller*, penjual pakaian kecil, bahkan orang baru yang ingin berjualan pakaian dalam tersebut.

Perkembangan Toko Vienna Grosir Tulungagung mulai dari mulut ke mulut hingga online di media sosial seperti, web site, Facebook, Instagram, Whatsaap. Karena akses yang dekat, mudah dijangkau, keberagaman produk dan pelayanan yang bagus di Toko Veinna Grosir Tulungagung dapat mempermudah pemenuhan kebutuhan masyarakat sesuai dengan kebutuhannya

Seperti membuka wadah sebagai penjual dan dapat menambah stok dan variasi produk yang di jual. Selain itu produk Toko Vienna Grosir Tulungagung juga mengambil dari agen konveksi langsung, dengan itu mempengaruhi harga yang murah. Selain itu tujuan sekali pelanggan datang ke Toko Vienna Grosir Tulungagung semua produk yang dibutuhkan tersedia. Dengan itu juga untuk membantu usaha-usaha kecil yang mengalami kesulitan memasarkan produknya. Hingga saat ini jumlah *reseller* yang ada di Toko Vienna Grosir Tulungagung sekitar kurang lebih 150 *reseller*, dengan dibantu 5 orang karyawan.

Sampai saat ini *reseller* Toko Vienna Grosir Tulungagung melayani 80% *reseller* di provinsi Jawa Timur sisanya di luar provinsi. Toko Vienna Grosir Tulungagung dapat melayani dengan belanja di toko secara langsung, ambil di toko dengan kessesuaian yang di pesan dan pesan antar untuk para *reseller* dengan jarak tempuh yang jauh sesuai dengan jam operasional buka toko yaitu Senin – Sabtu pukul 09.00 – 19.00 WIB.

3. Visi dan Misi

a. Visi dari Toko Vienna Grosir Tulungagung yaitu sebagai berikut :

- 1) Memberikan alternatif jangkauan yang dekat bagi para *reseller* untuk mengambil dan membeli kebutuhan produk agar tidak jauh –jauh ke Surabaya
- 2) Mampu menjadikan tenaga kerja baru untuk menjadi industri kecil agar dapat mengurangi pengangguran, dan disamping mencari keuntungan.

b. Misi dari Toko Vienna Grosir Tulungagung yaitu sebagai berikut :

- 1) Menjadikan tujuan utama kebutuhan bagi *reseller* yang bermanfaat, memuaskan, terjamin.
- 2) Menyediakan produk yang unggul dan menjaga mutu kualitas yang bagus demi menjaga kepuasan pelanggan.

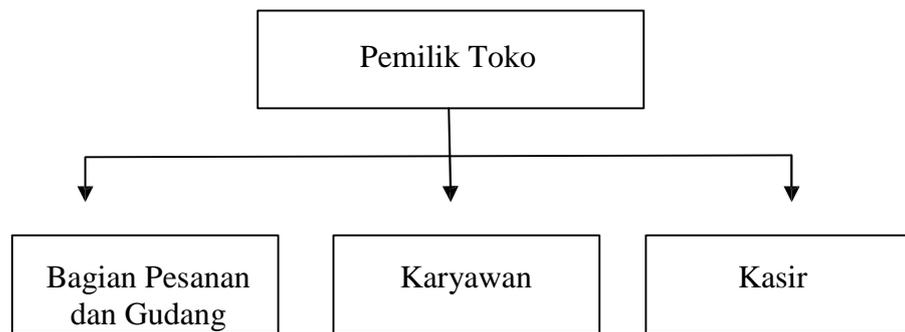
4. Produk – Produk

Jenis produk yang dijual Toko Vienna Grosir Tulungagung yaitu segala macam pakaian jadi khususnya pakaian dalam pria dan wanita

anak-anak hingga dewasa, seperti singlet, boxer, CD, BH, androk, miniset, manshet, handuk, kaos kaki, dan perlengkapan bayi.

5. Struktur Organisasi

Gambar 4.1
Struktur Organisasi
Toko Vienna Grosir Tulungagung



Sumber : Toko Vienna Grosir Tulungagung

Keterangan :

- a. Pemilik Usaha adalah pendiri dan pemilik usaha Toko Vienna Grosir Tulungagung, yang mempunyai wewenang memutuskan dan menentukan peraturan kebijakan tertinggi.
- b. Bagian Pesanan dan Gudang bertugas sebagai penjaga stok barang, mencatat semua pesanan, mengawasi kemudian melakukan pencocokan penerimaan dan pengeluaran barang dari gudang.
- c. Karyawan adalah seseorang yang bekerja di Toko Rahma grosir melakukan operasional di tempat kerja untuk mendapatkan balasan berupa pendapatan.
- d. Kasir bertugas melakukan pencatatan atas semua transaksi, melakukan pencatatan fisik, dan melaporkan catatan keuangan kepada pemilik usaha.

B. Profil Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh *reseller* dari Toko Vienna Grosir Tulungagung. Adapun sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah 109 responden dengan teknik sampling incidental. Setiap responden diberikan angket untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan yang diukur dengan menggunakan skala likert.

C. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini, didasarkan pada usia, jenis kelamin, pendidikan. Penelitian ini menggunakan para *reseller* dari Toko Vienna Grosir Tulungagung sebagai populasinya. Sedangkan, kuantitas dari sampel penelitiannya yang diambil secara kebetulan, dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 109 orang.

1. Usia Responden

Pengumpulan data melalui kuesioner berdasarkan usia terhadap 109 responden diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.1
Usia Responden

Usia	Jumlah	Presentase (%)
20-30 tahun	27	25%
31-40 tahun	43	39%
41-50 tahun	31	29%
>50 tahun	8	7%
Total	109	100%

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa jumlah responden yang berusia (20-30 tahun) sebanyak 27 responden dengan presentase 25%

jumlah responden yang berusia (31-40 tahun) sebanyak 43 responden dengan presentase 39%, kemudian jumlah responden yang berusia (41-50 tahun) sebanyak 31 responden dengan presentase 29%, dan jumlah responden yang berusia >50 tahun sebanyak 8 responden dengan presentase 7. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa responden memiliki minat dan kebutuhan untuk membeli dan menjadi *reseller* Toko Vienna Grosir Tulungagung.

2. Jenis Kelamin Responden

Pengumpulan data melalui kuesioner berdasarkan jenis kelamin terhadap 109 responden diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.2
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Perempuan	68	62%
Laki-Laki	41	38%
Total	109	100%

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa jenis kelamin diperoleh hasil terbanyak dari responden perempuan dengan jumlah responden sebanyak 68 responden dengan presentase 62%, sedangkan jumlah responden berjenis kelamin Laki-Laki sebanyak 41 responden dengan presentase 38%.

Pada data tersebut, responden penelitian ini didominasi oleh perempuan, tetapi perbandingan tersebut belum dapat menjadi tolak ukur dari identitas populasi. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa baik jenis kelamin perempuan maupun laki-laki sama-sama memiliki

minat dan memenuhi kebutuhannya menjadi *reseller* di Toko Vienna Grosir Tulungagung.

3. Pendidikan Terakhir Responden

Pengumpulan data melalui kuesioner berdasarkan jenis kelamin terhadap 109 responden diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.3
Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase (%)
SD	8	7%
SMP	10	9%
SMA	66	61%
Sarjana	25	23%
Total	109	100%

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 109 responden diketahui jumlah responden tingkat pendidikan terakhir SD sebanyak 8 responden dengan presentase 7%, jumlah responden tingkat pendidikan SMP sebanyak 10 responden dengan presentase 9%, kemudian jumlah responden tingkat pendidikan terakhir SMA sebanyak 66 dengan presentase 61%, dan jumlah responden tingkat pendidikan Sarjana sebanyak 25 responden dengan presentase 23%.

Hal tersebut menunjukkan dengan tingkat pendidikan terakhir responden yang masing-masing berbeda tetapi sama-sama memiliki minat yang tinggi untuk memenuhi kebutuhannya menjadi *reseller* di Toko Vienna Grosir Tulungagung.

D. Deskripsi Responden

Dari kuesioner yang telah peneliti sebarakan kepada *reseller* Toko Vienna Grosir Tulungagung yang terdiri dari 38 pertanyaan dan dibagi menjadi 4 kategori yaitu:

1. 8 pertanyaan digunakan untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh Produk (X1)
2. 8 pertanyaan digunakan untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh Pelayanan (X2)
3. 10 pertanyaan digunakan untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh Bukti Fisik (X3)
4. 12 pertanyaan digunakan untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh Keputusan Pembelian (Y)

Berikut ini adalah hasil rekapitulasi jawaban kuesioner dari responden setiap item pertanyaan variabel produk, pelayanan, bukti fisik, sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat.

a) Analisis Variabel Produk (X1)

Tanggapan responden mengenai pernyataan untuk variabel pengaruh produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Vienna Grosir Tulungagung.

Tabel 4.4
Deskripsi Data Variabel Produk (X1)

Item	SS		S		KS		TS		STS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	37	34%	68	62%	4	4%	0	0%	0	0%	109	100%
X1.2	40	36%	65	60%	4	4%	0	0%	0	0%	109	100%
X1.3	42	38%	64	59%	3	3%	0	0%	0	0%	109	100%

X1.4	38	35%	69	63%	2	2%	0	0%	0	0%	109	100%
X1.5	42	38%	63	58%	4	4%	0	0%	0	0%	109	100%
X1.6	30	28%	73	67%	6	5%	0	0%	0	0%	109	100%
X1.7	41	37%	64	59%	4	4%	0	0%	0	0%	109	100%
X1.8	36	33%	68	62%	5	5%	0	0%	0	0%	109	100%

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2022

Berdasarkan pada tabel 4.4 diatas dapat diuraikan bahwa variabel produk (X1) pada item X1.1 dengan indikator produk yang diharapkan dengan pernyataan: Toko Vienna Grosir menyediakan produk dengan kualitas jahitan yang rapi. Dari 109 responden terdapat 37 responden dengan presentase 34% menyatakan sangat setuju, 4 responden dengan presentase 4% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 68 responden dengan presentase 62%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena memiliki kualitas jahitan yang rapi.

Pada item X1.2 dengan indikator produk yang diharapkan dengan pernyataan: Toko Vienna Grosir menyediakan produk yang lengkap dan beragam. Dari 109 responden terdapat 40 responden dengan presentase 36% menyatakan sangat setuju, 4 responden dengan presentase 4% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 65 responden dengan presentase 60%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena menyediakan produk lengkap dan beragam.

Pada item X1.3 dengan indikator manfaat utama produk dengan pernyataan: Toko Vienna Grosir memilik kualitas kemasan produk yang rapi dan menarik. Dari 109 responden terdapat 42 responden

dengan presentase 38% menyatakan sangat setuju, 3 responden dengan presentase 3% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 64 responden dengan presentase 59%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena kualitas kemasan rapi dan menarik.

Pada item X1.4 dengan indikator manfaat utama produk dengan pernyataan: Toko Vienna Grosir memiliki kelengkapan variasi ukuran produk sesuai kebutuhan *reseller*. Dari 109 responden terdapat 38 responden dengan presentase 35% menyatakan sangat setuju, 2 responden dengan presentase 2% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 69 responden dengan presentase 63%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena variasi ukuran yang lengkap.

Pada item X1.5 dengan indikator produk tambahan dengan pernyataan: Toko Vienna Grosir menyediakan tambahan produk pakaian lainnya (baby doll, dll) sesuai kebutuhan *reseller*. Dari 109 responden terdapat 42 responden dengan presentase 38% menyatakan sangat setuju, 4 responden dengan presentase 4% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 63 responden dengan presentase 58%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena menyediakan produk tambahan lainnya.

Pada item X1.6 dengan indikator produk tambahan dengan pernyataan: Dalam satu produk underwear Toko Vienna Grosir terdapat bermacam variasi yang tersedia. Dari 109 responden terdapat 30 responden dengan presentase 28% menyatakan sangat setuju, 6 responden dengan presentase 5% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 73 responden dengan presentase 67%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena menyediakan bermacam variasi produk.

Pada item X1.7 dengan indikator produk potensial dengan pernyataan: Toko Vienna Grosir memiliki kualitas kain yang bagus sehingga dapat bertahan lama sampai di masa mendatang. Dari 109 responden terdapat 41 responden dengan presentase 37% menyatakan sangat setuju, 4 responden dengan presentase 4% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 64 responden dengan presentase 59%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena memiliki kualitas kain yang bagus.

Pada item X1.8 dengan indikator produk potensial dengan pernyataan: Toko Vienna Grosir memiliki *stock* produk yang mencukupi dan tersedia setiap saat. Dari 109 responden terdapat 36 responden dengan presentase 33% menyatakan sangat setuju, 5 responden dengan presentase 5% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden

menyatakan setuju, yaitu sebanyak 68 responden dengan presentase 62%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena menyediakan *stock* produk yang mencukupi dan tersedia setiap saat.

b) Analisis Variabel Pelayanan (X2)

Tanggapan responden mengenai pernyataan untuk variabel pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Vienna Grosir Tulungagung.

Tabel 4.5
Deskripsi Data Variabel Pelayanan (X2)

Item	SS		S		KS		TS		STS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	35	32%	70	64%	3	3%	1	1%	0	0%	109	100%
X2.2	33	30%	72	66%	3	3%	1	1%	0	0%	109	100%
X2.3	38	35%	66	60%	5	5%	0	0%	0	0%	109	100%
X2.4	31	28%	74	68%	4	4%	0	0%	0	0%	109	100%
X2.5	35	32%	69	63%	4	4%	1	1%	0	0%	109	100%
X2.6	32	29%	76	70%	1	1%	0	0%	0	0%	109	100%
X2.7	33	30%	71	65%	5	5%	0	0%	0	0%	109	100%
X2.8	34	31%	70	64%	5	5%	0	0%	0	0%	109	100%

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2022

Berdasarkan pada tabel 4.5 diatas dapat diuraikan bahwa variabel pelayanan (X2) pada item X2.1 dengan indikator keandalan dengan pernyataan: Karyawan toko Vienna Grosir memberikan pelayanan yang bersikap konsisten dan objektif kepada *reseller*. Dari 109 responden terdapat 35 responden dengan presentase 32% menyatakan sangat setuju, 3 responden dengan presentase 3% menyatakan kurang setuju, 1 responden dengan 1% menyatakan tidak setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 70 responden dengan presentase 64%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko

Vienna Grosir Tulungagung karena pelayanannya bersikap konsisten dan objektif.

Pada item X2.2 dengan indikator keandalan dengan pernyataan: Karyawan toko Vienna Grosir memberikan pelayanan yang tepat sesuai harapan *reseller*. Dari 109 responden terdapat 33 responden dengan presentase 30% menyatakan sangat setuju, 3 responden dengan presentase 3% menyatakan kurang setuju, 1 responden dengan 1% menyatakan tidak setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 72 responden dengan presentase 66%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena pelayanannya tepat sesuai harapan *reseller*.

Pada item X2.3 dengan indikator daya tanggap dengan pernyataan: Toko Vienna Grosir bersedia dengan cepat menanggapi, dan membantu sesuai kebutuhan dan keinginan para *reseller*. Dari 109 responden terdapat 38 responden dengan presentase 35% menyatakan sangat setuju, 5 responden dengan presentase 5% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 66 responden dengan presentase 60%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena dapat cepat menanggapi dan membantu sesuai kebutuhan *reseller*.

Pada item X2.4 dengan indikator daya tanggap dengan pernyataan: Toko Vienna Grosir memberikan tanggapan dengan cepat terhadap keluhan yang disampaikan oleh *reseller*. Dari 109 responden terdapat

31 responden dengan presentase 28% menyatakan sangat setuju, 4 responden dengan presentase 4% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 74 responden dengan presentase 68%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena memberikan tanggapan dengan cepat terhadap keluhan yang disampaikan *reseller*.

Pada item X2.5 dengan indikator jaminan atau kepastian dengan pernyataan: Karyawan toko Vienna Grosir memberikan secara jelas dan mudah dipahami informasi dan pengetahuan tentang produk. Dari 109 responden terdapat 35 responden dengan presentase 32% menyatakan sangat setuju, 4 responden dengan presentase 4% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 69 responden dengan presentase 63%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena informasi tentang produk yang diberikan secara jelas dan mudah di pahami.

Pada item X2.6 dengan indikator jaminan atau kepastian dengan pernyataan: Karyawan toko Vienna Grosir bersikap sopan dalam melayani dan berinteraksi kepada *reseller*. Dari 109 responden terdapat 32 responden dengan presentase 29% menyatakan sangat setuju, 1 responden dengan presentase 1% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 76 responden dengan presentase 70%. Artinya, responden cenderung setuju memilih

Toko Vienna Grosir Tulungagung karena dalam melayani dan berinteraksi kepada *reseller* bersikap sopan .

Pada item X2.7 dengan indikator empati dengan pernyataan: Toko Vienna Grosir memberikan pelayanan yang ramah, dan perhatian kepada para *reseller*. Dari 109 responden terdapat 33 responden dengan presentase 30% menyatakan sangat setuju, 5 responden dengan presentase 5% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 71 responden dengan presentase 65%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena pelayanannya yang ramah dan perhatian.

Pada item X2.8 dengan indikator empati dengan pernyataan: Toko Vienna Grosir memberikan pelayanan yang adil kepada para *reseller*. Dari 109 responden terdapat 34 responden dengan presentase 31% menyatakan sangat setuju, 5 responden dengan presentase 5% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 70 responden dengan presentase 64%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena pelayanannya yang adil kepada *reseller*.

c) Analisis Variabel Bukti Fisik (X3)

Tanggapan responden mengenai pernyataan untuk variabel pengaruh bukti fisik terhadap keputusan pembelian pada Toko Vienna Grosir Tulungagung.

Tabel 4.6
Deskripsi Data Variabel Bukti Fisik (X3)

Item	SS		S		KS		TS		STS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X3.1	37	34%	58	53%	14	13%	0	0%	0	0%	109	100%
X3.2	37	34%	65	60%	7	6%	0	0%	0	0%	109	100%
X3.3	37	34%	64	59%	8	7%	0	0%	0	0%	109	100%
X3.4	31	29%	59	54%	19	17%	0	0%	0	0%	109	100%
X3.5	43	39%	61	56%	5	5%	0	0%	0	0%	109	100%
X3.6	44	40%	61	56%	4	4%	0	0%	0	0%	109	100%
X3.7	45	41%	60	55%	4	4%	0	0%	0	0%	109	100%
X3.8	39	35%	66	61%	4	4%	0	0%	0	0%	109	100%
X3.9	33	30%	72	66%	4	4%	0	0%	0	0%	109	100%
X3.10	40	36%	66	61%	3	3%	0	0%	0	0%	109	100%

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2022

Berdasarkan pada tabel 4.6 diatas dapat diuraikan bahwa variabel pelayanan (X3) pada item X3.1 dengan indikator bangunan fisik dengan pernyataan: Akses tempat parkir toko Vienna grosir yang cukup luas. Dari 109 responden terdapat 37 responden dengan presentase 34% menyatakan sangat setuju, 14 responden dengan presentase 13% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 58 responden dengan presentase 53%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena akses tempat parkir cukup luas.

Pada item X3.2 dengan indikator bangunan fisik dengan pernyataan: Letak bangunan toko Vienna Grosir yang berkonsep jelas dan nyaman bagi *reseller*. Dari 109 responden terdapat 37 responden dengan presentase 34% menyatakan sangat setuju, 7 responden dengan presentase 6% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 65 responden dengan presentase 60%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna

Grosir Tulungagung karena letak bangunan yang berkonsep jelas dan nyaman.

Pada item X3.3 dengan indikator peralatan dengan pernyataan: Toko Vienna Grosir menyediakan fasilitas operasional yang lengkap sesuai kebutuhan *reseller*. Dari 109 responden terdapat 37 responden dengan presentase 34% menyatakan sangat setuju, 8 responden dengan presentase 7% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 64 responden dengan presentase 59%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena menyediakan fasilitas operasional yang lengkap.

Pada item X3.4 dengan indikator peralatan dengan pernyataan: Toko Vienna Grosir menyediakan fasilitas tempat duduk yang memadai untuk *reseller*. Dari 109 responden terdapat 31 responden dengan presentase 29% menyatakan sangat setuju, 19 responden dengan presentase 17% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 59 responden dengan presentase 54%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena menyediakan fasilitas tempat duduk yang memadai.

Pada item X3.5 dengan indikator lokasi dengan pernyataan: Lokasi toko Vienna grosir yang strategis dan mudah dijangkau sarana transportasi umum. Dari 109 responden terdapat 43 responden dengan

presentase 39% menyatakan sangat setuju, 5 responden dengan presentase 5% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 61 responden dengan presentase 56%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena lokasinya yang strategis dan mudah dijangkau.

Pada item X3.6 dengan indikator lokasi dengan pernyataan: Lokasi toko Vienna grosir terlihat jelas, mudah ditemukan, dan dekat keramaian. Dari 109 responden terdapat 44 responden dengan presentase 40% menyatakan sangat setuju, 4 responden dengan presentase 4% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 61 responden dengan presentase 56%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena lokasinya jelas, mudah ditemukan, dan dekat keramaian.

Pada item X3.7 dengan indikator tata ruang dengan pernyataan: Kondisi ruang toko Vienna grosir yang luas, bersih, dan rapi. Dari 109 responden terdapat 45 responden dengan presentase 41% menyatakan sangat setuju, 4 responden dengan presentase 4% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 60 responden dengan presentase 55%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena tata ruang yang luas, bersih dan rapi.

Pada item X3.8 dengan indikator tata ruang dengan pernyataan: Toko Vienna Grosir memberikan konsep ruang dengan penempatan tempat produk yang jelas. Dari 109 responden terdapat 39 responden dengan presentase 35% menyatakan sangat setuju, 4 responden dengan presentase 4% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 66 responden dengan presentase 61%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena konsep tata ruang yang jelas dalam penempatan produk.

Pada item X3.9 dengan indikator bukti langsung dengan pernyataan: Toko Vienna Grosir memberikan pelayanan yang puas dengan fasilitas, perlengkapan, material tertulis. Dari 109 responden terdapat 33 responden dengan presentase 30% menyatakan sangat setuju, 4 responden dengan presentase 4% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 72 responden dengan presentase 66%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena pelayanannya puas dengan fasilitas, perlengkapan, material tertulis.

Pada item X3.10 dengan indikator bukti langsung dengan pernyataan: Toko Vienna Grosir memberikan pelayanan yang tidak mengecewakan sesuai kebutuhan *reseller*. Dari 109 responden terdapat 40 responden dengan presentase 36% menyatakan sangat setuju, 3 responden dengan presentase 3% menyatakan kurang setuju, dan

mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 66 responden dengan presentase 61%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena pelayanannya tidak mengecewakan dan sesuai kebutuhan *reseller*.

d) Analisis Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.7
Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Item	SS		S		KS		TS		STS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y.1	44	40%	64	59%	1	1%	0	0%	0	0%	109	100%
Y.2	34	31%	69	63%	6	6%	0	0%	0	0%	109	100%
Y.3	43	39%	63	58%	3	3%	0	0%	0	0%	109	100%
Y.4	40	36%	65	60%	4	4%	0	0%	0	0%	109	100%
Y.5	36	33%	70	64%	3	3%	0	0%	0	0%	109	100%
Y.6	37	34%	70	64%	2	2%	0	0%	0	0%	109	100%
Y.7	28	25%	64	59%	16	15%	1	1%	0	0%	109	100%
Y.8	37	34%	66	60%	6	6%	0	0%	0	0%	109	100%
Y.9	42	38%	63	58%	4	4%	0	0%	0	0%	109	100%
Y.10	39	35%	65	60%	5	5%	0	0%	0	0%	109	100%
Y.11	31	29%	69	63%	9	8%	0	0%	0	0%	109	100%
Y.12	37	34%	70	64%	2	2%	0	0%	0	0%	109	100%

Sumber: Data Primer yang diolah 2022

Berdasarkan pada tabel 4.7 diatas dapat diuraikan bahwa variabel keputusan pembelian (Y) pada item Y.1 dengan indikator pilihan produk dengan pernyataan: Toko Vienna Grosir dapat memberikan produk sesuai kebutuhan dan keinginan para *reseller*. Dari 109 responden terdapat 44 responden dengan presentase 40% menyatakan sangat setuju, 1 responden dengan presentase 1% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 64 responden dengan presentase 59%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena dapat memenuhi kebutuhan sesuai keinginan..

Pada item Y.2 dengan indikator pilihan produk pernyataan: Toko Vienna Grosir merupakan alternatif utama dalam memilih produk sesuai kebutuhan para *reseller*. Dari 109 responden terdapat 34 responden dengan presentase 40% menyatakan sangat setuju, 6 responden dengan presentase 6% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 69 responden dengan presentase 63%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena alternatif utama dalam memilih produk sesuai kebutuhan *reseller*.

Pada item Y.3 dengan indikator pilihan merek pernyataan: Toko Vienna Grosir memiliki popularitas merek yang mampu mendapatkan kepercayaan para *reseller*. Dari 109 responden terdapat 43 responden dengan presentase 39% menyatakan sangat setuju, 3 responden dengan presentase 3% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 63 responden dengan presentase 58%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena popularitas merek yang sudah mendapatkan kepercayaan reseller.

Pada item Y.4 dengan indikator pilihan merek pernyataan: Toko Vienna Grosir memiliki citra merek yang beragam memudahkan *reseller* dalam memilih. Dari 109 responden terdapat 40 responden dengan presentase 37% menyatakan sangat setuju, 4 responden dengan presentase 4% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden

menyatakan setuju, yaitu sebanyak 65 responden dengan presentase 59%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena memiliki citra merek yang beragam.

Pada item Y.5 dengan indikator pilihan penyalur pernyataan: Toko Vienna Grosir memiliki harga produk yang lebih murah. Dari 109 responden terdapat 36 responden dengan presentase 33% menyatakan sangat setuju, 3 responden dengan presentase 3% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 70 responden dengan presentase 64%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena memiliki harga produk yang lebih murah.

Pada item Y.6 dengan indikator pilihan penyalur pernyataan: Toko Vienna Grosir memberikan produk yang bermanfaat dan berarti bagi *reseller*. Dari 109 responden terdapat 37 responden dengan presentase 34% menyatakan sangat setuju, 2 responden dengan presentase 2% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 70 responden dengan presentase 64%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena memberikan produk yang bermanfaat dan berarti.

Pada item Y.7 dengan indikator waktu pembelian pernyataan: Waktu pembelian produk di toko Vienna Grosir setiap satu minggu sekali. Dari 109 responden terdapat 28 responden dengan presentase 25% menyatakan sangat setuju, 16 responden dengan presentase 15%

menyatakan kurang setuju, 1 responden dengan presentase 1%, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 64 responden dengan presentase 59%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena dalam pembelian setiap satu minggu sekali.

Pada item Y.8 dengan indikator waktu pembelian pernyataan: Pembelian produk di toko Vienna Grosir sesuai waktu operasional toko. Dari 109 responden terdapat 37 responden dengan presentase 34% menyatakan sangat setuju, 6 responden dengan presentase 6% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 66 responden dengan presentase 60%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena dalam pembelian sesuai waktu operasional toko.

Pada item Y.9 dengan indikator metode pembayaran dengan pernyataan: Toko Vienna Grosir memiliki teknologi komputer untuk kemudahan transaksi produk maupun pembayaran. Dari 109 responden terdapat 42 responden dengan presentase 38% menyatakan sangat setuju, 4 responden dengan presentase 4% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 63 responden dengan presentase 58%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena memiliki teknologi komputer yang memadai.

Pada item Y.10 dengan indikator metode pembayaran dengan pernyataan: Toko Vienna Grosir menyediakan metode pembayaran tunai maupun mesin EDC sesuai kebutuhan *reseller*. Dari 109 responden terdapat 39 responden dengan presentase 36% menyatakan sangat setuju, 5 responden dengan presentase 5% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 65 responden dengan presentase 59%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena menyediakan mesin EDC maupun pembayaran tunai.

Pada item Y.11 dengan indikator jumlah pembelian dengan pernyataan: Pembelian produk di toko Vienna Grosir dengan satu kali pembelian dengan jumlah yang banyak. Dari 109 responden terdapat 31 responden dengan presentase 29% menyatakan sangat setuju, 9 responden dengan presentase 8% menyatakan kurang setuju, dan mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 69 responden dengan presentase 63%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena dalam pembelian dengan satu kali dan dengan jumlah yang banyak.

Pada item Y.12 dengan indikator jumlah pembelian dengan pernyataan: Toko Vienna Grosir melayani pembelian produk dengan sistem ecer pada produk tertentu. Dari 109 responden terdapat 37 responden dengan presentase 34% menyatakan sangat setuju, 2 responden dengan presentase 2% menyatakan kurang setuju, dan

mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 70 responden dengan presentase 64%. Artinya, responden cenderung setuju memilih Toko Vienna Grosir Tulungagung karena melayani pembelian dengan sistem ecer.

E. Hasil Pengujian dan Analisis Data

1. Uji Coba Instrumen

a. Uji Validitas

Suatu data dikatakan valid apabila dari setiap pernyataan pada kuesioner penelitian dapat dilihat berdasarkan perbandingan r_{hitung} dan r_{tabel} . Pada tingkat signifikan 5% dengan jumlah $N=41$, nilai r_{tabel} dari suatu kuesioner adalah 0,260. Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,260) maka pernyataan dari kuesioner tersebut dinyatakan valid. Dalam penelitian ini, validitas dari indikator dianalisis menggunakan *df* (*degree of freedom*) dengan rumus $df = n-2$, dimana n = jumlah sampel. Jadi *df* yang digunakan adalah $41-2 = 39$ dengan alpha sebesar 5% maka hasil nilai r_{tabel} 0,260. Berikut ini adalah hasil pengujian data yang diolah menggunakan SPSS 16.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Produk (X1)

No. Item	R_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,776	0,260	Valid
X1.2	0,771	0,260	Valid
X1.3	0,762	0,260	Valid
X1.4	0,606	0,260	Valid
X1.5	0,678	0,260	Valid
X1.6	0,766	0,260	Valid
X1.7	0,759	0,260	Valid
X1.8	0,666	0,260	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah tahun 2022

Berdasarkan hasil pengujian validitas tabel 4.8, diketahui r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Pelayanan (X2)

No. Item	R_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,548	0,260	Valid
X2.2	0,622	0,260	Valid
X2.3	0,777	0,260	Valid
X2.4	0,640	0,260	Valid
X2.5	0,704	0,260	Valid
X2.6	0,653	0,260	Valid
X2.7	0,610	0,260	Valid
X2.8	0,704	0,260	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah tahun 2022

Berdasarkan hasil pengujian validitas tabel 4.9, diketahui r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Bukti Fisik (X3)

No. Item	R_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X3.1	0,710	0,260	Valid
X3.2	0,547	0,260	Valid
X3.3	0,688	0,260	Valid
X3.4	0,662	0,260	Valid
X3.5	0,622	0,260	Valid
X3.6	0,654	0,260	Valid
X3.7	0,861	0,260	Valid
X3.8	0,724	0,260	Valid
X3.9	0,796	0,206	Valid
X3.10	0,691	0,206	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah tahun 2022

Berdasarkan hasil pengujian validitas tabel 4.10, diketahui r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari bukti fisik yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

No. Item	R_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y1.1	0,836	0,260	Valid
Y1.2	0,672	0,260	Valid
Y1.3	0,511	0,260	Valid
Y1.4	0,693	0,260	Valid
Y1.5	0,679	0,260	Valid
Y1.6	0,708	0,260	Valid
Y1.7	0,392	0,260	Valid
Y1.8	0,715	0,260	Valid
Y1.9	0,787	0,206	Valid
Y1.10	0,755	0,206	Valid
Y1.11	0,572	0,206	Valid
Y1.12	0,845	0,206	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah tahun 2022

Berdasarkan hasil pengujian validitas tabel 4.11, diketahui r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari keputusan pembelian yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan memiliki konsistensi sebagai alat ukur atau tidak. Suatu variabel dikatakan memiliki reliabilitas tinggi reliable jika memiliki koefisien *Cronbach's alpha* lebih besar 0,7

berikut ini hasil uji reliabilitas Produk, Pelayanan, Bukti Fisik dan Keputusan Pembelian.

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Item	Keterangan
Produk (X_1)	0,864	8	Reliabel
Pelayanan (X_2)	0,811	8	Reliabel
Bukti Fisik (X_3)	0,880	10	Reliabel
Keputusan Pembelian Reseller (Y)	0,884	12	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui diketahui bahwa *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,7. Maka menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian yang digunakan pada variabel independen (produk, pelayanan, dan bukti fisik) dan variabel dependen (keputusan pembelian *reseller*) sesuai dengan dasar pengambilan keputusan tersebut maka variabel produk dinyatakan reliable sebagai alat ukur.

2. Uji Multikolineasritas

Uji multikolineasritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam suatu model regresi.⁶⁴ Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, dengan melihat nilai Variance inflation faktor (VIP) jika nilai tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,05 maka variabel tersebut tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

⁶⁴ Agus EkoSujianto. *Aplikasi Statistik*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), hlm, 97

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Produk (X ₁)	0,357	2,802
Pelayanan (X ₂)	0,401	2,497
Bukti Fisik (X ₃)	0,377	2,655

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui bahwa nilai VIP variabel produk (X₁) sebesar $2,802 < 10$, variabel pelayanan (X₂) sebesar $2,497 < 10$, dan bukti fisiki (X₃) sebesar $2,655 < 10$, dengan nilai *tolerance* sebesar $0,357 > 0,05$ variabel produk (X₁), $0,401 > 0,05$ variabel pelayanan (X₂), dan $0,377 > 0,05$ variabel bukti fisik (X₃). Dari hal tersebut hasilnya dapat disimpulkan bahwa pada uji multikolinearitas semua variabel terbebas dari multikolinearitas, karena telah memenuhi uji prasyarat, yaitu nilai *tolerance* $> 0,1$ dan $VIP < 10$.

3. Analisis Regresi Berganda

a. Pembentukan Model

Analisis yang bertujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai variabel dependen berdasarkan nilai independen yang dikehahui.⁶⁵ Sehingga untuk mengetahui pengaruh produk (X₁), pelayanan (X₂), dan bukti fisik (X₃) terhadap keputusan pemeblian (Y) dengan menggunakan alat analisis regresi berganda. Hasil analisis regresi linier berganda selengkapnya bisa dilihat pada tabel berikut:

⁶⁵ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian....*, hlm. 275

Tabel 4.14
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Nilai Koefisien Parameter
Konstan	4,888
Produk (X_1)	0,920
Pelayanan (X_2)	0,203
Bukti Fisik (X_3)	0,188

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2022

Berdasarkan hasil pada tabel 4.14 dapat diperoleh model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 4,818 + 0,920 X_1 + 0,203 X_2 + 0,188 X_3 + 0,05$$

Hasil dari persamaan regresi linier berganda diatas dapat diartikan sebagai berikut:

Nilai konstanta sebesar 4.818 menyatakan bahwa jika produk (X_1), pelayanan (X_2), bukti fisik (X_3) nilainya adalah 0, maka nilai keputusan pembelian *reseller* (Y) adalah 4.818. Koefisien regresi dari produk (X_1) menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel, maka akan menaikkan nilai keputusan pembelian sebesar 0,920. Sebaliknya, setiap penurunan satu satuan variabel maka akan menurunkan nilai keputusan pembelian *reseller* sebesar 0,151. Dengan asumsi bahwa variabel pelayanan (X_2), dan bukti fisik (X_3) dianggap konstan.

Koefisien regresi dari pelayanan (X_2) menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel, maka akan menaikkan nilai keputusan pembelian sebesar 0,203. Sebaliknya, setiap penurunan satu

satuan variabel maka akan menurunkan nilai keputusan pembelian *reseller* sebesar 0,203. Dengan asumsi bahwa variabel produk (X_1), dan bukti fisik (X_3) dianggap konstan. Koefisien regresi dari bukti fisik (X_3) menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel maka akan menaikkan nilai keputusan pembelian sebesar 0,188. Sebaliknya, setiap penurunan satu satuan variabel maka akan menurunkan nilai keputusan pembelian *reseller* sebesar 0,188. Dengan asumsi bahwa variabel produk (X_1) pelayanan, dan (X_2) dianggap konstan.

b. Kebaikan Model

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

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R^2
Regresi	0,858

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.15 dengan melihat ukuran nilai R^2 adalah sebesar 0,858 atau 85,8%. Artinya bahwa model mampu menjelaskan kondisi sebenarnya sebesar 85,8% atau hubungan variabel prediktor dan variabel respon mampu menjelaskan sebesar 85,8%. Sedangkan 14,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian.

c. Uji F (Simultan)

Uji f digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh dari variabel independen yaitu produk, pelayanan, dan bukti fisik secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian *reseller* Toko Vienna Grosir Tulungagung.

Nilai F_{tabel} dari perhitungan signifikansi 5% dan derajat bebas $df_1 = k$ (jumlah variabel bebas) = 3 (kolom ke 3) dan $df_2 = n - k - 1 = 109 - 3 - 1 = 105$ yaitu sebesar 2,70.

Tabel 4.16
Hasil Uji F

F-hitung	F-tabel	Sig.
2,70	97,958	0,000

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.16 hasil uji f diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $97,958 > 2,70 F_{tabel}$. Sedangkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga kesimpulannya maka H_0 ditolak H_1 diterima, yang artinya variabel produk, pelayanan, dan bukti fisik secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *reseller* Toko Vienna Grosir Tulungagung.

d. Uji T (Parsial)

Uji t merupakan suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh dari variabel independen yaitu produk, pelayanan, dan bukti fisik secara parsial atau individu terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian *reseller*.

Tabel 4.17
Hasil Uji T

Variabel	t-hitung	t-tabel	Sig.
Produk	7,299	1,985	0,000
Pelayanan	1,695	1,985	0,093
Bukti Fisik	2,139	1,985	0,035

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2022

Nilai t_{tabel} berdasarkan ketentuan dengan taraf signifikan (α) sebesar 5% dengan derajat kebebasan ($df = a/2:n - k - 1 = 0,025:109 - 3 - 1 = (0,025:105)$, adalah sebesar 1,985). Berdasarkan tabel 4.19 dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut:

1. Variabel produk (X1) mempengaruhi keputusan pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $7,299 > 1,985 t_{\text{tabel}}$. Sedangkan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga kesimpulannya maka H_0 ditolak H_1 diterima, yang artinya secara parsial variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *reseller* Toko Vienna Grosir Tulungagung.

2. Variabel pelayanan (X2) mempengaruhi keputusan pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $1,695 < 1,985 t_{\text{tabel}}$. Sedangkan nilai signifikan sebesar $0,093 > 0,05$. Sehingga kesimpulannya maka H_0 diterima H_1 ditolak, yang artinya secara parsial variabel pelayanan tidak

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *reseller* Toko Vienna Grosir Tulungagung.

3. Variabel bukti fisik (X3) mempengaruhi keputusan pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $2,139 > 1,985 t_{tabel}$. Sedangkan nilai signifikan sebesar $0,035 < 0,05$. Sehingga kesimpulannya maka H_0 ditolak H_1 diterima, yang artinya secara parsial variabel bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *reseller* Toko Vienna Grosir Tulungagung.

4. Uji Asumsi Klasik Residual

a. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan suatu keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Berikut ini merupakan hasil dari uji glesjer pada uji heteroskedastisitas.

Tabel 4.18
Hasil Uji Heteroskedastisitas

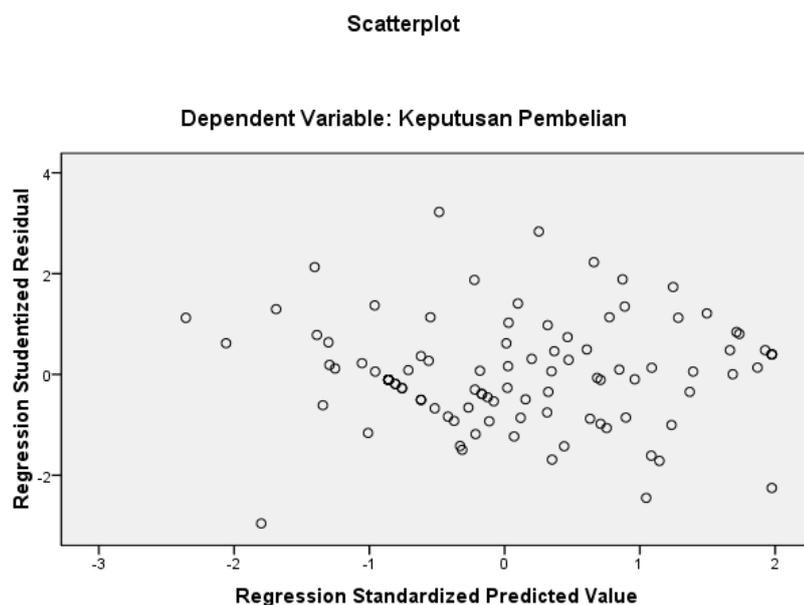
Variabel	Sig.	Taraf sig.
Produk	0,005	0,05
Pelayanan	0,319	0,05
Bukti Fisik	0,105	0,05

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.18 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel produk kurang dari 0,05. Sedangkan variabel pelayanan

dan bukti fisik lebih dari 0,05. Dengan demikian dapat di katakan bahwa variabel produk berpengaruh secara signifikan terhadap variabel absolute residual atau secara signifikan terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan variabel pelayanan dan bukti fisik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel absolute residual atau secara signifikan tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam hal ini dapat melakukan alternatif uji lainnya untuk mendeteksi data ada tidaknya gejala heteroskedastisitas yaitu uji heteroskedastisitas dengan pola *scatterplot*.

Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer yang diolah 2022

Berdasarkan gambar 4.1 menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak berpola, titik-titik menyebar disekitar angka 0, titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari asumsi heteroskedastisitas.

b. Uji Autokorelasi

Berikut ini merupakan hasil dari uji asumsi independen menggunakan metode Durbin-Watson:

Tabel 4.19
Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
Regresi	1,946

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.19 menunjukkan nilai Durbin-Watson sebesar 1,946. Sedangkan nilai dL dan dU pada tabel Durbin-Watson dengan signifikan 0,05 dan jumlah data $n = 109$, serta $k = 3$ dimana k adalah jumlah variabel independen, maka diperoleh nilai dL sebesar 1,6317 dan dU sebesar 1,7446. Nilai 4dL adalah 2,368 dan 4dU sebesar 2,255. Karena DW (1,946) terletak antara 2,368 dan 2,255, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak terjadi autokorelasi.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengukur apakah suatu data memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Untuk mendeteksi normalitas data digunakan dengan pendekatan *One-Sample Kolmogorov-*

Smirnov Test.⁶⁶ Data dikatakan normal jika variabel memiliki nilai signifikansi $> 0,05$. Hasil uji normalitas adalah sebagai berikut.

Tabel 4.20
Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,073

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 202

Berdasarkan tabel 4.20 dapat diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* untuk produk, pelayanan, bukti fisik, dan keputusan pembelia adalah 0,355 maka lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan seluruh data dalam penelitian ini bersitribusi normal, karena telah memnuhi uji prasyarat normalitas.

⁶⁶ Masyhuri Machfudz, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, hlm. 137