

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Lembaga

Nama Lembaga : Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro

Alamat : Dusun Jabon RT.02/RW.09, Desa selopuro,
Kecamatan Selopuro, Kabupaten Blitar

Nama Pemilik : Ibu Hanik Muslikah

No. Telepon : 085708108150

Mulai Berdiri : Tahun 2015

Mulai Ditetapkan : 08 Agustus 2018

No. Izin Usaha Mikro : 80/IUM/409.58/VIII/2018

1. Sejarah berdirinya toko SRC Hanik Muslikah

Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro berdiri sejak tahun 2015. Bisnis ritel ini dirintis oleh Ibu Hanik Muslikah dan suaminya Bapak Suyitno. Toko SRC Hanik Muslikah ini terletak di Jalan Raya Jabon Selopuro Dusun Jabon sebelah cucian mobil. Dulu sebelum mempunyai toko ini, Ibu Hanik beserta sang suami sudah berkecincinambung di dunia perdagangan. Pada tahun 1996 sepasang suami istri ini menjalankan bisnis perdagangan dengan cara menawarkan produk atau mengisi toko-toko kecil. Pada tahun berikutnya usaha yang dilakukan Ibu Hanik Muslikah terus mengalami penyusutan, karena adanya krisis moneter yang menyerang Indonesia. Namun nasib tidak berpihak baik kepada

keluarga ini, usaha yang dijalankan Ibu Hanik Muslikah mengalami kebangkrutan. Pada tahun 2001 Ibu Hanik Muslikah memutuskan menjadi TKW demi memenuhi kebutuhan serta mencari modal untuk mewujudkan cita-citanya yaitu ingin memiliki toko sendiri.

Setelah mempunyai cukup modal Ibu Hanik Muslikah memutuskan untuk pulang ke Indonesia pada awal tahun 2015. Sebelum pulang beliau sudah membangun toko ini, dengan alasan disaat beliau pulang toko ini siap diisi. Sejak itu, Ibu Hanik Muslikah membuka toko ini, akan tetapi awalnya beliau menjual *furniture* dan beras. Seiring berjalannya waktu, toko ini menjual berbagai macam mulai dari sembako, gerabah, pakaian, sedikit alat tulis, dan lain-lain.

Toko SRC Hanik Muslikah ini berdiri diatas tanah dengan luas $\pm 200 \text{ m}^2$. Pada awal mulanya, nama toko ini hanya nama dari pemilik “Hanik” seiring berjalannya waktu Ibu Hanik mengikuti paguyuban yang diadakan oleh perusahaan rokok sampoerna, oleh sebab itu nama toko berganti menjadi *Sampoerna Retail Community* (SRC) Hanik Muslikah. Toko SRC Hanik Muslikah buka pada pukul 07.00 – 20.30. Ibu Hanik Muslikah dan Bapak Suyitno memiliki 2 pegawai yang siap membantu dalam operasional toko.

Sejak didirikannya toko ini hingga sekarang telah mencapai penjualan yang stabil, sistem dagang yang dijalankan Ibu Hanik Muslikah ini berjalan dengan baik terbukti dengan semakin banyaknya konsumen yang datang. Dikarenakan harga yang lebih murah

dibandingkan dengan toko-toko lainnya. Tak hanya itu, pada toko ini juga melayani konsumen dari rumah dengan cara order melalui telepon, sms atau wa kemudian barang akan diantar oleh pihak toko. Fasilitas seperti ini salah satu yang bisa memanjakan konsumen untuk berbelanja di toko SRC Hanik Muslikah.

2. Visi dan misi toko SRC Hanik Muslikah

Visi Toko SRC Hanik Muslikah yaitu menjadikan toko yang baik dari segi harga terhadap konsumen, menjadikan toko SRC Hanik Muslikah tidak kalah dengan toko-toko lainnya serta pasar modern, dan menjadikan kebutuhan semua konsumen dapat dipenuhi dengan mudah dan efisien.

Sedangkan untuk misi Toko SRC Hanik Muslikah yaitu berusaha memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya terhadap konsumen, menjalin kepuasan konsumen, berusaha memberikan produk yang terbaik, dan memperoleh keuntungan atau laba.

3. Susunan kelembagaan toko SRC Hanik Muslikah

Dalam bisnis ritel ini semua dikendalikan oleh pemilik yaitu Ibu Hanik Muslikah. Mulai dari CEO, General Manager, Financial Manager, Marketing Manager, Production Manager.

B. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini karakteristik responden yang digunakan dibagi menjadi 2, yaitu jenis kelamin dan usia.

1. Jenis kelamin responden

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1.	Laki-laki	47	47%
2.	Perempuan	53	53%
Total		100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022

Dari tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari total 100 responden yang merupakan seluruh sampelnya berupa konsumen Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro terdapat 47 orang laki-laki dengan presentase 47% dan 53 orang perempuan dengan presentase 53%.

2. Usia responden

Tabel 4.2
Usia Responden

No.	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1.	< 20 Tahun	6	6%
2.	20-30 Tahun	53	53%
3.	31-40 Tahun	12	12%
4.	41-50 Tahun	18	18%
5.	> 50 Tahun	11	11%
Total		100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari pengolahan data diatas dapat diketahui bahwa usia responden dari total 100 orang terdapat 6 orang yang berusia kurang dari 20 tahun dengan presentase 6%, 53 orang berusia antara 20 hingga 30 tahun

dengan presentase 53%, 12 orang berusia antara 31 hingga 40 tahun dengan presentase 12%, 18 orang berusia antara 41 hingga 50 tahun dengan presentase 18%, dan 11 orang berusia lebih dari 50 tahun dengan presentase 11%.

C. Hasil dan Analisis Data Penelitian

1. Deskripsi data penelitian

Dalam penelitian ini, variable bebas yang digunakan yaitu promosi, diskon, *store layout*, dan kelengkapan produk, sedangkan untuk variable terikatnya yaitu keputusan pembelian konsumen. Untuk kuesioner yang disebarakan kepada konsumen pada Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro. Untuk lebih jelasnya, berikut ini penjelasannya dapat dilihat dalam tabel-tabel dibawah ini:

a. Promosi (X_1)

- 1) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar memiliki pegawai dengan public speaking yang baik

Tabel 4.3
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X1.1.1

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	3	3%	9
4.	Setuju	4	27	27%	108
5.	Sangat Setuju	5	70	70%	350
Total			100	100%	467
Rata-rata Skor					4,67
Skor Minimum					3
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,533

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang promosi berupa *personal selling* dengan indikator *public speaking* yang baik. Dari 100 responden, 3 menjawab netral, 27 menjawab setuju, 70 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,67 (cenderung sangat setuju).

- 2) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar memiliki pegawai dengan good attitude

Tabel 4.4
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X1.1.2

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	2	2%	6
4.	Setuju	4	20	20%	80
5.	Sangat Setuju	5	78	78%	390
Total			100	100%	476
Rata-rata Skor					4,76
Skor Minimum					3
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,474

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang promosi berupa *personal selling* dengan indikator *good attitude* yang baik. Dari 100 responden, 2 menjawab netral, 20 menjawab setuju, 78 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,76 (cenderung sangat setuju).

- 3) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar memiliki pegawai yang good looking

Tabel 4.5
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X1.1.3

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	5	5%	15
4.	Setuju	4	30	30%	120
5.	Sangat Setuju	5	64	64%	329
Total			100	100%	456
Rata-rata Skor					4,56
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,686

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang promosi berupa *personal selling* dengan indikator *good looking*. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 5 menjawab netral, 30 menjawab setuju, 64 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,56 (cenderung sangat setuju).

- 4) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar menggunakan iklan di media sosial yang menarik

Tabel 4.6
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X1.2.1

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2.	Tidak Setuju	2	3	3%	6
3.	Netral	3	45	45%	135
4.	Setuju	4	27	27%	108
5.	Sangat Setuju	5	25	25%	125
Total			100	100%	374
Rata-rata Skor					3,74

Skor Minimum	2
Skor Maksimum	5
Standar Deviasi	0,872

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang promosi berupa periklanan dengan indikator iklan di media sosial yang menarik. Dari 100 responden, 3 menjawab tidak setuju, 45 menjawab netral, 27 menjawab setuju, 25 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 3,74 (cenderung setuju).

- 5) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar menggunakan iklan di media massa yang menarik

Tabel 4.7
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X1.2.2

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	
2.	Tidak Setuju	2	4	4%	8
3.	Netral	3	50	50%	150
4.	Setuju	4	28	28%	112
5.	Sangat Setuju	5	18	18%	90
Total			100	100%	360
Rata-rata Skor					3,60
Skor Minimum					2
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,829

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang promosi berupa periklanan dengan indikator iklan di media massa yang menarik. Dari 100 responden, 4 menjawab tidak setuju, 50 menjawab netral, 28 menjawab setuju, 18 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan

skor 3,60 (cenderung setuju).

- 6) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar menyediakan tester untuk konsumen

Tabel 4.8
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X1.3.1

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	2	2%	4
3.	Netral	3	19	19%	57
4.	Setuju	4	44	44%	176
5.	Sangat Setuju	5	34	34%	170
Total			100	100%	480
Rata-rata Skor					4,08
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,837

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang promosi berupa penjualan dengan indikator pemberian tester. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 2 menjawab tidak setuju, 19 menjawab netral, 44 menjawab setuju, 34 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,08 (cenderung setuju).

- 7) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar memberikan kupon hadiah untuk konsumen

Tabel 4.9
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X1.3.2

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	1	1%	2
3.	Netral	3	18	18%	54
4.	Setuju	4	41	41%	167

5.	Sangat Setuju	5	39	39%	195
Total			100	100%	416
Rata-rata Skor					4,16
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,825

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang promosi berupa penjualan dengan indikator pemberian kupon belanja. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 1 menjawab tidak setuju, 18 menjawab netral, 41 menjawab setuju, 39 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,16 (cenderung setuju).

- 8) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar memberikan hadiah menarik untuk konsumen

Tabel 4.10
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X1.3.3

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	2	2%	4
3.	Netral	3	13	13%	33
4.	Setuju	4	38	38%	152
5.	Sangat Setuju	5	46	46%	230
Total			100	100%	426
Rata-rata Skor					4,26
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,836

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang promosi berupa penjualan dengan indikator pemberian hadiah menarik. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak

setuju, 2 menjawab tidak setuju, 13 menjawab netral, 38 menjawab setuju, 46 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,26 (cenderung setuju).

- 9) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar mendukung kegiatan-kegiatan masyarakat

Tabel 4.11
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X1.4.1

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	3	3%	9
4.	Setuju	4	39	39%	156
5.	Sangat Setuju	5	57	57%	285
Total			100	100%	451
Rata-rata Skor					4,51
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,659

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang promosi berupa hubungan masyarakat dengan indikator mendukung kegiatan masyarakat. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 3 menjawab netral, 39 menjawab setuju, 57 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,51 (cenderung sangat setuju).

- 10) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar memperdulikan lingkungan sekitar

Tabel 4.12
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X1.4.2

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	-	-	-
4.	Setuju	4	33	33%	132
5.	Sangat Setuju	5	66	66%	330
Total			100	100%	463
Rata-rata Skor					4,63
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,597

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang promosi berupa hubungan masyarakat dengan indikator memperdulikan lingkungan sekitar. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 33 menjawab setuju, 66 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,63 (cenderung sangat setuju).

- 11) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar

Tabel 4.13
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X1.4.3

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	-	-	-
4.	Setuju	4	29	29%	116
5.	Sangat Setuju	5	70	70%	350
Total			100	100%	467

Rata-rata Skor	4,67
Skor Minimum	1
Skor Maksimum	5
Standar Deviasi	0,587

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang promosi berupa hubungan masyarakat dengan indikator adanya lapangan pekerjaan baru. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 29 menjawab setuju, 70 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,67 (cenderung sangat setuju).

b. Diskon (X_2)

- 1) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar memberikan potongan harga jika membeli produk dengan jumlah banyak

Tabel 4.14
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X2.1.1

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	5	5%	15
4.	Setuju	4	23	23%	92
5.	Sangat Setuju	5	71	71%	355
Total			100	100%	463
Rata-rata Skor					4,63
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,677

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang diskon berupa diskon kuantitas dengan indikator potongan harga jika membeli produk banyak. Dari 100

responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 5 menjawab netral, 23 menjawab setuju, 71 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,63 (cenderung sangat setuju).

- 2) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar menyediakan vocer potongan harga untuk pembelian berikutnya

Tabel 4.15
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X2.1.2

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	2	2%	1
2.	Tidak Setuju	2	2	2%	4
3.	Netral	3	21	21%	63
4.	Setuju	4	31	31%	124
5.	Sangat Setuju	5	44	44%	220
Total			100	100%	413
Rata-rata Skor					4,13
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,950

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang diskon berupa diskon kuantitas dengan indikator mendapatkan vocer potongan harga untuk pembelian berikutnya. Dari 100 responden, 2 menjawab sangat tidak setuju, 2 menjawab tidak setuju, 21 menjawab netral, 31 menjawab setuju, 44 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,13 (cenderung setuju).

- 3) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar menawarkan produk dengan dengan harga miring dimana padda saat mendatang terjadi kenaikan harga

Tabel 4.16
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X2.2.1

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	9	9 %	27
4.	Setuju	4	34	34%	136
5.	Sangat Setuju	5	56	56%	224
Total			100	100%	444
Rata-rata Skor					4,44
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,743

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang diskon berupa diskon musiman dengan indikator menghindari lonjakan harga. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 9 menjawab netral, 34 menjawab setuju, 56 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,44 (cenderung setuju).

- 4) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar menyediakan produk sebelum terjadinya kelangkaan produk pada saat-saat tertentu

Tabel 4.17
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X2.2.2

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	11	11%	33
4.	Setuju	4	31	31%	124
5.	Sangat Setuju	5	57	57%	285
Total			100	100%	443
Rata-rata Skor					4,43
Skor Minimum					1

Skor Maksimum	5
Standar Deviasi	0,769

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang diskon berupa diskon musiman dengan indikator menghindari kelangkaan produk. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 11 menjawab netral, 31 menjawab setuju, 57 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,43 (cenderung setuju).

- 5) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar mengadakan diskon untuk konsumen yang membayarnya dengan langsung dengan artian tidak kredit

Tabel 4.18
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X2.3.1

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	14	14%	42
4.	Setuju	4	25	25%	100
5.	Sangat Setuju	5	60	60%	300
Total			100	100%	443
Rata-rata Skor					4,43
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,807

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang diskon berupa diskon kas dengan indikator adanya potongan harga jika pembelian tidak kredit. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 14 menjawab netral, 25

menjawab setuju, 60 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,43 (cenderung setuju).

- 6) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar memberikan keringanan kepada konsumen sesuai dengan jadwal yang ditentukan

Tabel 4.19
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X2.3.2

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2.	Tidak Setuju	2	1	1%	2
3.	Netral	3	16	16%	48
4.	Setuju	4	23	23%	92
5.	Sangat Setuju	5	60	60%	300
Total			100	100%	442
Rata-rata Skor					4,42
Skor Minimum					2
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,794

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang diskon berupa diskon kas dengan indikator adanya keringan jika sesuai dengan perjanjian awal. Dari 100 responden, 1 menjawab tidak setuju, 16 menjawab netral, 23 menjawab setuju, 60 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,42 (cenderung setuju).

- 7) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar memberikan potongan harga untuk pelanggan tetap

Tabel 4.20
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X2.4.1

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	8	8%	24
4.	Setuju	4	22	22%	88
5.	Sangat Setuju	5	69	69%	345
Total			100	100%	458
Rata-rata Skor					4,58
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,727

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang diskon berupa diskon *trade* dengan indikator adanya potongan harga kepada pelanggan tetap. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 8 menjawab netral, 22 menjawab setuju, 69 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,58 (cenderung setuju).

- 8) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar memberikan potongan harga jika produk yang di beli untuk dijual kembali

Tabel 4.21
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X2.4.2

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	8	8%	24
4.	Setuju	4	17	17%	68
5.	Sangat Setuju	5	74	74%	370
Total			100	100%	463

Rata-rata Skor	4,63
Skor Minimum	1
Skor Maksimum	5
Standar Deviasi	0,720

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang diskon berupa diskon kas dengan indikator adanya potongan harga jika produk yang dibeli untuk dijual kembali. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 8 menjawab netral, 17 menjawab setuju, 74 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,63 (cenderung sangat setuju).

c. *Store Layout* (X₃)

- 1) Dalam Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar memiliki ruang pembelanjaan yang luas

Tabel 4.22
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X3.1.1

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	3	3%	6
3.	Netral	3	5	5 %	15
4.	Setuju	4	41	41%	164
5.	Sangat Setuju	5	50	50%	250
Total			100	100%	436
Rata-rata Skor					4,36
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,798

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang *store layout* berupa alokasi ruang lantai dengan

indikator ruang pembelanjaan yang luas. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 3 menjawab tidak setuju, 5 menjawab netral, 41 menjawab setuju, 50 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,36 (cenderung setuju).

- 2) Tersedianya lahan parkir yang luas pada toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar

Tabel 4.23
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X3.1.2

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	3	3%	9
4.	Setuju	4	41	41%	164
5.	Sangat Setuju	5	55	55%	275
Total			100	100%	449
Rata-rata Skor					4,49
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,659

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang *store layout* berupa alokasi ruang lantai dengan indikator tersedianya lahan parkir yang luas. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 3 menjawab netral, 41 menjawab setuju, 55 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,49 (cenderung setuju).

- 3) Pada Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar pengelompokan produk berdasarkan fungsinya sudah tepat

Tabel 4.24
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X3.2.1

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	3	3%	9
4.	Setuju	4	42	42%	168
5.	Sangat Setuju	5	54	54%	270
Total			100	100%	448
Rata-rata Skor					4,48
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,659

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang *store layout* berupa klasifikasi yang diberikan toko dengan indikator pengelompokan produk berdasarkan fungsi sudah tepat. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 3 menjawab netral, 42 menjawab setuju, 54 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,48 (cenderung setuju).

- 4) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar memiliki bau ruangan yang wangi nemambah kenyamanan konsumen

Tabel 4.25
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X3.2.2

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2.	Tidak Setuju	2	2	2%	4
3.	Netral	3	9	9%	27
4.	Setuju	4	44	44%	176
5.	Sangat Setuju	5	45	45%	225
Total			100	100%	432
Rata-rata Skor					4,32
Skor Minimum					2

Skor Maksimum	5
Standar Deviasi	0,732

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang *store layout* berupa klasifikasi yang diberikan toko dengan indikator bau ruangan yang wangi menambah kenyamanan konsumen. Dari 100 responden, 2 menjawab sangat tidak setuju, 9 menjawab netral, 44 menjawab setuju, 45 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,32 (cenderung setuju).

- 5) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar memperhatikan arus keluar masuknya pelanggan

Tabel 4.26
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X3.3.1

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2.	Tidak Setuju	2	2	2%	4
3.	Netral	3	6	6%	18
4.	Setuju	4	46	46%	184
5.	Sangat Setuju	5	46	46%	230
Total			100	100%	436
Rata-rata Skor					4,36
Skor Minimum					2
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,689

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang *store layout* berupa penentuan pola berjalan dengan indikator pemilihan arus keluar masuk konsumen. Dari 100 responden, 2 menjawab tidak setuju, 6 menjawab netral, 46

menjawab setuju, 46 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,36 (cenderung setuju).

- 6) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar memperhatikan gang-gang akar memudahkan konsumen

Tabel 4.27
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X3.3.2

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	13	13%	13
2.	Tidak Setuju	2	9	9%	18
3.	Netral	3	36	36%	108
4.	Setuju	4	19	19%	76
5.	Sangat Setuju	5	23	23%	115
Total			100	100%	330
Rata-rata Skor					3,3
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					1,283

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang *store layout* berupa penentuan pola berjalan dengan indikator penempatan gang-gang dalam toko. Dari 100 responden, 13 menjawab sangat tidak setuju, 9 menjawab tidak setuju, 36 menjawab netral, 19 menjawab setuju, 23 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 3,3 (cenderung netral).

- 7) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar menyediakan jalan yang luas agar semua produk terjangkau oleh konsumen

Tabel 4.28
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X3.3.3

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	13	13%	13
2.	Tidak Setuju	2	9	9%	18
3.	Netral	3	34	34%	102
4.	Setuju	4	24	24%	96
5.	Sangat Setuju	5	20	20%	100
Total			100	100%	329
Rata-rata Skor					3,29
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					1,258

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang *store layout* berupa penentuan pola berjalan dengan indikator penyediaan jalan yang lebar. Dari 100 responden, 13 menjawab sangat tidak setuju, 9 menjawab tidak setuju, 34 menjawab netral, 24 menjawab setuju, 20 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 3,29 (cenderung netral).

- 8) Pada Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar memiliki ruangan yang sesuai dengan banyaknya produk yang ditawarkan

Tabel 4.29
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X3.4.1

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	9	9%	9
2.	Tidak Setuju	2	13	13%	26
3.	Netral	3	21	21%	63

4.	Setuju	4	26	26%	104
5.	Sangat Setuju	5	31	31 %	155
Total			100	100%	357
Rata-rata Skor					3,57
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					1,297

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang *store layout* berupa penentuan kebutuhan ruangan dengan indikator ruangan yang disediakan sesuai dengan banyaknya produk yang ditawarkan. Dari 100 responden, 9 menjawab sangat tidak setuju, 13 menjawab tidak setuju, 21 menjawab netral, 26 menjawab setuju, 31 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 3,57 (cenderung netral).

- 9) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar mendisplay jumlah varian produk sesuai dengan besar ruangan di setiap rak

Tabel 4.30
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X3.4.2

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	5	5%	5
2.	Tidak Setuju	2	5	5%	10
3.	Netral	3	12	12%	36
4.	Setuju	4	39	39%	156
5.	Sangat Setuju	5	39	39%	195
Total			100	100%	402
Rata-rata Skor					4,02
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					1,082

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang *store layout* berupa penentuan kebutuhan ruangan dengan indikator jumlah varian produk yang di *display* ssesuai dengan besar ruang di setiap rak. Dari 100 responden, 5 menjawab sangat tidak setuju, 5 menjawab tidak setuju, 12 menjawab netral, 39 menjawab setuju, 39 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,02 (cenderung setuju).

10) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar dalam jumlah mendisplay produk satu dengan lain tidak saling mengganggu

Tabel 4.31
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X3.4.3

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	5	5%	2
2.	Tidak Setuju	2	4	4%	8
3.	Netral	3	20	20%	60
4.	Setuju	4	44	44%	176
5.	Sangat Setuju	5	27	27%	135
Total			100	100%	384
Rata-rata Skor					3,84
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					1,032

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang *store layout* berupa penentuan kebutuhan ruangan dengan indikator jumlah produk yang di *display* tidak mengganggu produk lain. Dari 100 responden, 5 menjawab sangat tidak setuju, 4 menjawab tidak setuju, 20 menjawab

netral, 44 menjawab setuju, 27 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 3,84 (cenderung setuju).

- 11) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar peletakan produk satu dengan lainnya sudah sesuai dengan prioritas kebutuhan konsumen

Tabel 4.32
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X3.5.1

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	3	3%	3
2.	Tidak Setuju	2	2	2%	4
3.	Netral	3	6	6%	18
4.	Setuju	4	57	57%	228
5.	Sangat Setuju	5	32	32%	160
Total			100	100%	413
Rata-rata Skor					4,13
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,849

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang *store layout* berupa pemetaan didalam toko dengan indikator peletakan produk satu dengan lainnya sudah sesuai dengan prioritas konsumen. Dari 100 responden, 3 menjawab sangat tidak setuju, 2 menjawab tidak setuju, 6 menjawab netral, 57 menjawab setuju, 32 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,13 (cenderung setuju).

- 12) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar peletakan posisi furniture sudah sesuai

Tabel 4.33
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X3.5.2

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	1	1%	2
3.	Netral	3	6	6%	18
4.	Setuju	4	48	48%	192
5.	Sangat Setuju	5	44	44%	220
Total			100	100%	433
Rata-rata Skor					4,33
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,726

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang *store layout* berupa pemetaan didalam toko dengan indikator peletakan posisi *furniture* didalam toko sudah sesuai. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 1 menjawab tidak setuju, 6 menjawab netral, 48 menjawab setuju, 44 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,33 (cenderung setuju).

- 13) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar memberikan label harga pada setiap produk yang ditawarkan

Tabel 4.34
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X3.6.1

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	3	3%	9
4.	Setuju	4	60	60%	240
5.	Sangat Setuju	5	36	36%	180
Total			100	100%	430
Rata-rata Skor					4,3
Skor Minimum					1

Skor Maksimum	5
Standar Deviasi	0,628

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang *store layout* berupa penataan produk secara individual dengan indikator terdapat label harga pada setiap produk. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 3 menjawab netral, 60 menjawab setuju, 36 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,3 (cenderung setuju).

- 14) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar dalam penataan letak display produk sudah teapat dengan pandangan mata konsumen

Tabel 4.35
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X3.6.2

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	11	11%	11
2.	Tidak Setuju	2	10	10%	20
3.	Netral	3	30	30%	90
4.	Setuju	4	26	26%	104
5.	Sangat Setuju	5	23	23%	115
Total			100	100%	340
Rata-rata Skor					3,4
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					1,255

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang *store layout* berupa penataan produk secara individual dengan indikator penataan letak *display* produk dengan pandangan mata sudah tepat. Dari 100 responden, 11 menjawab

sangat tidak setuju, 10 menjawab tidak setuju, 30 menjawab netral, 26 menjawab setuju, 23 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 3,4 (cenderung netral).

- 15) Saya (konsumen) dapat melihat keseluruhan produk yang ditawarkan dengan jelas pada Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar

Tabel 4.36
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X3.6.3

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	16	16%	16
2.	Tidak Setuju	2	11	11%	22
3.	Netral	3	30	30%	90
4.	Setuju	4	20	20%	80
5.	Sangat Setuju	5	23	23%	115
Total			100	100%	323
Rata-rata Skor					3,23
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					1,355

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang *store layout* berupa penataan produk secara individual dengan indikator konsumen dapat melihat keseluruhan produk dengan jelas. Dari 100 responden, 16 menjawab sangat tidak setuju, 11 menjawab tidak setuju, 30 menjawab netral, 20 menjawab setuju, 23 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 3,23 (cenderung netral).

d. Kelengkapan Produk (X₄)

- 1) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar menjual kebutuhan pokok

Tabel 4.37
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X4.1.1

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	-	-	-
4.	Setuju	4	13	13%	52
5.	Sangat Setuju	5	86	86%	430
Total			100	100%	483
Rata-rata Skor					4,83
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,514

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang kelengkapan produk berupa keragaman produk yang dijual dengan indikator menyediakan kebutuhan pokok. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 13 menjawab setuju, 86 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,83 (cenderung sangat setuju).

- 2) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar menjual perlengkapan dapur

Tabel 4.38
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X4.1.2

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	1	1%	3
4.	Setuju	4	12	12%	48

5.	Sangat Setuju	5	86	86%	430
Total			100	100%	482
Rata-rata Skor					4,82
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,539

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang kelengkapan produk berupa keragaman produk yang dijual dengan indikator menyediakan perlengkapan dapur. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 1 menjawab netral, 12 menjawab setuju, 86 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,82 (cenderung sangat setuju).

- 3) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar menjual pakaian

Tabel 4.39
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X4.1.3

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	1	1%	2
3.	Netral	3	6	6%	18
4.	Setuju	4	20	20%	80
5.	Sangat Setuju	5	72	72%	360
Total			100	100%	461
Rata-rata Skor					4,61
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,737

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang kelengkapan produk berupa keragaman produk yang

dijual dengan indikator menyediakan pakaian. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 1 menjawab tidak setuju, 6 menjawab netral, 20 menjawab setuju, 72 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,61 (cenderung sangat setuju).

- 4) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar menjual alat kebersihan

Tabel 4.40
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X4.1.4

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	1	1%	3
4.	Setuju	4	11	11%	44
5.	Sangat Setuju	5	87	87%	435
Total			100	100%	483
Rata-rata Skor					4,83
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,533

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang kelengkapan produk berupa keragaman produk yang dijual dengan indikator menyediakan alat kebersihan. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 1 menjawab netral, 11 menjawab setuju, 87 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,83 (cenderung sangat setuju).

- 5) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar menyediakan berbagai produk dengan rasa yang berbeda

Tabel 4.41
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X4.2.1

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	-	-	-
4.	Setuju	4	19	19%	76
5.	Sangat Setuju	5	80	80%	400
Total			100	100%	477
Rata-rata Skor					4,77
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,548

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang kelengkapan produk berupa varian produk yang dijual dengan indikator terdapat varian rasa. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 19 menjawab setuju, 80 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,77 (cenderung sangat setuju).

- 6) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar menyediakan berbagai varian warna

Tabel 4.42
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X4.2.2

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	-	-	-
4.	Setuju	4	15	15%	60
5.	Sangat Setuju	5	84	84%	420
Total			100	100%	481

Rata-rata Skor	4,81
Skor Minimum	1
Skor Maksimum	5
Standar Deviasi	0,526

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang kelengkapan produk berupa varian produk yang dijual dengan indikator terdapat varian warna. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 15 menjawab setuju, 84 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,81 (cenderung sangat setuju).

- 7) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar menyediakan berbagai produk dengan ukuran yang berbeda-beda

Tabel 4.43
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X4.2.3

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2.	Tidak Setuju	2	1	1%	2
3.	Netral	3	1	1%	3
4.	Setuju	4	15	15%	60
5.	Sangat Setuju	5	83	83%	415
Total			100	100%	480
Rata-rata Skor					4,8
Skor Minimum					2
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,492

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang kelengkapan produk berupa varian produk yang dijual dengan indikator terdapat varian ukuran. Dari 100 responden, 1 menjawab tidak setuju, 1 menjawab netral, 15 menjawab setuju,

83 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,8 (cenderung sangat setuju).

- 8) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar memperhatikan setiap stock barang yang ada

Tabel 4.44
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X4.3.1

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	1	1%	3
4.	Setuju	4	16	16%	64
5.	Sangat Setuju	5	82	82%	410
Total			100	100%	478
Rata-rata Skor					4,78
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,561

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang kelengkapan produk berupa ketersediaan produk yang dijual dengan indikator adanya stok yang terjaga. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 1 menjawab netral, 16 menjawab setuju, 82 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,78 (cenderung sangat setuju).

- 9) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar menjaga kualitas barang atau produk yang dijual

Tabel 4.45
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X4.3.2

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	1	1%	3

4.	Setuju	4	15	15%	60
5.	Sangat Setuju	5	83	83%	415
Total			100	100%	479
Rata-rata Skor					4,79
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,556

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang kelengkapan produk berupa ketersediaan produk yang dijual dengan indikator kualitas produk yang terjaga. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 1 menjawab netral, 15 menjawab setuju, 83 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,79 (cenderung sangat setuju).

10) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar menyediakan stock yang banyak pada produk yang banyak diminati konsumen

Tabel 4.46
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X4.3.3

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	2	2%	6
4.	Setuju	4	18	18%	72
5.	Sangat Setuju	5	79	79%	395
Total			100	100%	474
Rata-rata Skor					4,74
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,597

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang kelengkapan produk berupa ketersediaan produk yang

dijual dengan indikator adanya stock yang banyak pada produk yang banyak dicari konsumen. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 2 menjawab netral, 18 menjawab setuju, 79 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,74 (cenderung sangat setuju).

- 11) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar menyediakan barang atau produk dengan berbagai merk dalam satu jenis produk atau barang tersebut

Tabel 4.47
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X4.4.1

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	1	1%	3
4.	Setuju	4	19	19%	76
5.	Sangat Setuju	5	79	79%	395
Total			100	100%	475
Rata-rata Skor					4,75
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,575

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang kelengkapan produk berupa macam merek yang tersedia dengan indikator adanya berbagai macam merek dari beberapa produk. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 1 menjawab netral, 19 menjawab setuju, 79 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,75 (cenderung sangat setuju).

- 12) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar menyediakan merk produk-produk UMKM sekitar toko

Tabel 4.48
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner X4.4.2

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	-	-	-
4.	Setuju	4	16	16%	64
5.	Sangat Setuju	5	83	83%	415
Total			100	100%	480
Rata-rata Skor					4,8
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,532

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang kelengkapan produk berupa macam merek yang tersedia dengan indikator adanya merek produk-produk UMKM sekitar. Dari 100 responden, 1 menjawab sangat tidak setuju, 16 menjawab setuju, 83 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,8 (cenderung sangat setuju).

e. Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

- 1) Saya (konsumen) mengenal toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar sudah lama sekali

Tabel 4.49
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner Y1.1

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	8	5%	8
2.	Tidak Setuju	2	7	7%	14
3.	Netral	3	13	13 %	39
4.	Setuju	4	21	21%	84

5.	Sangat Setuju	5	51	51%	255
Total			100	100%	400
Rata-rata Skor					4
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					1,287

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang keputusan pembelian konsumen berupa pengenalan masalah dengan indikator pengenalan masa lalu. Dari 100 responden, 8 menjawab sangat tidak setuju, 7 menjawab tidak setuju, 13 menjawab netral, 21 menjawab setuju, 51 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4 (cenderung setuju).

- 2) Saya (konsumen) mencari sendiri tentang toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar

Tabel 4.50
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner Y2.1

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2.	Tidak Setuju	2	1	1%	2
3.	Netral	3	4	4%	12
4.	Setuju	4	38	38%	152
5.	Sangat Setuju	5	57	57%	285
Total			100	100%	451
Rata-rata Skor					4,51
Skor Minimum					2
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,628

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang keputusan pembelian konsumen berupa pencarian

informasi dengan indikator mencari informasi sendiri. Dari 100 responden, 1 menjawab tidak setuju, 4 menjawab netral, 38 menjawab setuju, 57 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,51 (cenderung sangat setuju).

- 3) Saya (konsumen) mendapatkan informasi tentang toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar

Tabel 4.51
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner Y2.2

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	9	9%	9
2.	Tidak Setuju	2	7	7%	14
3.	Netral	3	5	5%	15
4.	Setuju	4	34	34%	136
5.	Sangat Setuju	5	45	45%	225
Total			100	100%	399
Rata-rata Skor					3,99
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					1,267

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang keputusan pembelian konsumen berupa pencarian informasi dengan indikator mencari informasi sendiri. Dari 100 responden, 9 menjawab sangat tidak setuju, 7 menjawab tidak setuju, 5 menjawab netral, 34 menjawab setuju, 45 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 3,99 (cenderung setuju).

- 4) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar adalah satu-satunya yang saya pilih

Tabel 4.52
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner Y3.1

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	4	4%	4
2.	Tidak Setuju	2	3	3%	6
3.	Netral	3	33	33%	99
4.	Setuju	4	17	17%	68
5.	Sangat Setuju	5	43	43%	215
Total			100	100%	392
Rata-rata Skor					3,92
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					1,116

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang keputusan pembelian konsumen berupa evaluasi alternative dengan indikator satu-satunya objek. Dari 100 responden, 4 menjawab sangat tidak setuju, 3 menjawab tidak setuju, 33 menjawab netral, 17 menjawab setuju, 43 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 3,92 (cenderung setuju).

- 5) Toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar adalah toko yang memiliki nilai lebih dari toko lain

Tabel 4.53
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner Y3.2

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	3	3%	3
2.	Tidak Setuju	2	1	1%	2
3.	Netral	3	19	19%	57
4.	Setuju	4	34	34%	136
5.	Sangat Setuju	5	43	43 %	215
Total			100	100%	413
Rata-rata Skor					4,13
Skor Minimum					1

Skor Maksimum	5
Standar Deviasi	0,960

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang keputusan pembelian konsumen berupa evaluasi alternative dengan indikator memiliki nilai lebih daari yang lain. Dari 100 responden, 3 menjawab sangat tidak setuju, 1 menjawab tidak setuju, 19 menjawab netral, 34 menjawab setuju, 43 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,13 (cenderung setuju).

- 6) Saya (konsumen) membeli produk di toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar adalah kebutuhan kebutuhan

Tabel 4.54
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner Y4.1

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	3	3%	3
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	5	5%	15
4.	Setuju	4	46	46%	184
5.	Sangat Setuju	5	46	46%	230
Total			100	100%	432
Rata-rata Skor					4,32
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,827

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang keputusan pembelian konsumen berupa keputusan pembelian dengan indikator kebutuhan pembelian. Dari 100 responden, 3 menjawab sangat tidak setuju, 5 menjawab netral,

46 menjawab setuju, 46 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,32 (cenderung setuju).

- 7) Saya (konsumen) membeli produk di toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar karena keunggulan produk yang dijual

Tabel 4.55
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner Y4.2

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	3	3%	3
2.	Tidak Setuju	2	1	1%	2
3.	Netral	3	14	14%	42
4.	Setuju	4	39	39%	156
5.	Sangat Setuju	5	43	43%	215
Total			100	100%	418
Rata-rata Skor					4,18
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					0,925

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang keputusan pembelian konsumen berupa keputusan pembelian dengan indikator keunggulan produk. Dari 100 responden, 3 menjawab sangat tidak setuju, 1 menjawab tidak setuju, 14 menjawab netral, 39 menjawab setuju, 43 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,18 (cenderung setuju).

- 8) Saya (konsumen) akan selalu menjadi konsumen toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar dalam kondisi apapun

Tabel 4.56
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner Y5.1

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	5	5%	5
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	30	30%	90
4.	Setuju	4	22	22%	88
5.	Sangat Setuju	5	43	43%	215
Total			100	100%	398
Rata-rata Skor					3,98
Skor Minimum					1
Skor Maksimum					5
Standar Deviasi					1,092

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang keputusan pembelian konsumen berupa perilaku pasca pembelian dengan indikator selalu menjadi konsumen tetap dalam keadaan apapun. Dari 100 responden, 5 menjawab sangat tidak setuju, 30 menjawab netral, 22 menjawab setuju, 43 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 3,98 (cenderung setuju).

- 9) Saya (konsumen) akan mengajak saudara dan teman-teman saya untuk menjadi konsumen di toko SRC Hanik Muslikah Selopuro Kab. Blitar

Tabel 4.57
Frekuensi dan Statistik Deskriptif Kuesioner Y5.2

No.	Pilihan	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2.	Tidak Setuju	2	-	-	-
3.	Netral	3	9	9%	27
4.	Setuju	4	32	32%	128
5.	Sangat Setuju	5	59	59%	295
Total			100	100%	450

Rata-rata Skor	4,5
Skor Minimum	3
Skor Maksimum	5
Standar Deviasi	0,659

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang keputusan pembelian konsumen berupa perilaku pasca pembelian dengan indikator mengajak saudara dan orang lain. Dari 100 responden, 9 menjawab netral, 32 menjawab setuju, 59 menjawab sangat setuju. Rata-rata jawaban responden dengan skor 4,5 (cenderung setuju).

2. Uji Keabsahan Data

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sahih) atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis dengan bantuan program komputer SPSS versi 25. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 responden. Dari jumlah responden tersebut dapat diketahui besarnya r tabel adalah ($df = n-2 = 100-2 = 98$) dengan taraf kesalahan sebesar 5%. Jadi butir pertanyaan kuesioner dikatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel.

Tabel 4.58
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X₁)

Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Kondisi	Keterangan
X _{1.1.1}	0,555	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid
X _{1.1.2}	0,603	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid
X _{1.1.3}	0,624	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid
X _{1.2.1}	0,587	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid
X _{1.2.2}	0,474	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid
X _{1.3.1}	0,619	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid
X _{1.3.2}	0,786	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid
X _{1.3.3}	0,786	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid
X _{1.4.1}	0,714	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid
X _{1.4.2}	0,682	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid
X _{1.4.3}	0,702	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa keseluruhan butir pertanyaan dari variabel promosi (X₁) adalah valid semua karena r_{hitung}>r_{tabel}.

Tabel 4.59
Hasil Uji Validitas Diskon (X₂)

Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Kondisi	Keterangan
X _{2.1.1}	0,800	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid
X _{2.1.2}	0,664	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid
X _{2.2.1}	0,902	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid
X _{2.2.2}	0,855	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid
X _{2.3.1}	0,834	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid
X _{2.3.2}	0,845	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid
X _{2.4.1}	0,906	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid
X _{2.4.2}	0,840	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa keseluruhan butir pertanyaan dari variabel diskon (X₂) adalah valid semua karena r_{hitung}>r_{tabel}.

Tabel 4.60
Hasil Uji Validitas Store Layout (X₃)

Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Kondisi	Keterangan
X _{3.1.1}	0,781	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid
X _{3.1.2}	0,713	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid
X _{3.2.1}	0,831	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid
X _{3.2.2}	0,768	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid
X _{3.3.1}	0,687	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid
X _{3.3.2}	0,794	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid
X _{3.3.3}	0,836	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid
X _{3.4.1}	0,803	0,1966	r _{hitung} >r _{tabel}	Valid

X _{3,4,2}	0,757	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{3,4,3}	0,756	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{3,5,1}	0,693	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{3,5,2}	0,697	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{3,6,1}	0,696	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{3,6,2}	0,767	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{3,6,3}	0,770	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa keseluruhan butir pertanyaan dari variabel *store layout* (X₃) adalah valid semua karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 4.61
Hasil Uji Validitas Kelengkapan Produk (X₄)

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Keterangan
X _{4,1,1}	0,888	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{4,1,2}	0,820	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{4,1,3}	0,750	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{4,1,4}	0,879	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{4,2,1}	0,845	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{4,2,2}	0,910	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{4,2,3}	0,809	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{4,3,1}	0,850	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{4,3,2}	0,856	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{4,3,3}	0,866	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{4,4,1}	0,829	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{4,4,2}	0,823	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa keseluruhan butir pertanyaan dari variabel kelengkapan produk (X₄) adalah valid semua karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 4.62
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Y _{1,1}	0,881	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y _{2,1}	0,749	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y _{2,2}	0,815	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y _{3,1}	0,821	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y _{3,2}	0,885	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y _{4,1}	0,775	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y _{4,2}	0,898	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y _{5,1}	0,881	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y _{5,2}	0,644	0,1966	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa keseluruhan butir pertanyaan dari variabel keputusan pembelian konsumen (Y) adalah valid semua karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

b. Uji Reliabilitas

Dalam sebuah penelitian uji reliabilitas digunakan untuk mengukur keandalan instrumen penelitian. Pengambilan keputusan pada uji reliabilitas adalah apabila Cronbach's alpha dari suatu variabel $> 60\%$ (0,60) maka variabel dikatakan reliabel begitupun sebaliknya.¹¹²

Tabel 4.63
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keteranagn
Promosi (X ₁)	0,854	Reliabel
Diskon (X ₂)	0,931	Reliabel
Store Layout (X ₃)	0,907	Reliabel
Kelengkapan Produk (X ₄)	0,961	Reliabel
Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	0,919	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui semua variabel memiliki nilai *Croanbach's Alpha* lebih dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dapat dipercaya atau handal untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

3. Uji Instrumen Data

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel penelitian berdistribusi

¹¹² Masyhuri Machfudz, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Malang: Genius Media, 2014), hal. 137

normal atau tidak. Pada uji normalitas data ini menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov. Berikut adalah hasil pengujiannya:

Tabel 4.64
Hasil Uji Normalitas

Jumlah Data (N)	Taraf Signifikansi (α)	Nilai Asymp. Sig, (2-tailed)
100	5% (0,05)	0,234

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui angka *Asymp. Sig. (2 tailed)* yaitu 0,234, yang berarti nilai tersebut lebih dari 0,05. Maka dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mendeteksi adanya korelasi antar variabel bebas yang ditunjukkan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)*. Jika nilai VIF yang dihasilkan berkisar diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Sedangkan apabila nilai VIF lebih besar dari 10 maka terjadi multikolinieritas. Hasil perhitungan uji multikolinieritas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.65
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF	Keterangan
Promosi (X_1)	2,86	Tidak terjadi gejala multikolinieritas
Diskon (X_2)	2,26	Tidak terjadi gejala multikolinieritas
<i>Store Layout</i> (X_3)	1,365	Tidak terjadi gejala multikolinieritas
Kelengkapan Produk (X_4)	1,939	Tidak terjadi gejala multikolinieritas

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai VIF dari variabel promosi (X_1) adalah 2,86, variabel diskon (X_2) adalah 2,26, variabel *store layout* (X_3) adalah 1,365, dan variabel kelengkapan produk (X_4) adalah 1,939. Maka variabel diatas terbebas dari gejala multikolinieritas karena hasil VIF lebih kecil dari 10.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varian. Dalam uji ini menggunakan uji glejser. Jika nilai probabilitasnya memiliki nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka dapat dikatakan tidak mengalami gejala heterokedastisitas. Hasil perhitungan uji heterokedastisitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.66
Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Promosi (X_1)	0,794	Tidak terjadi gejala heterokedastisitas
Diskon (X_2)	0,603	Tidak terjadi gejala heterokedastisitas
<i>Store Layout</i> (X_3)	0,442	Tidak terjadi gejala heterokedastisitas
Kelengkapan Produk (X_4)	0,529	Tidak terjadi gejala heterokedastisitas

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel promosi (X_1) adalah 0,0794, variabel diskon (X_2) adalah 0,603, variabel *store layout* (X_3) adalah 0,442, dan variabel kelengkapan produk (X_4) adalah 0,529. Maka variabel diatas terbebas dari gejala heterokedastisitas karena nilai

signifikansi $\geq 0,05$.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen yaitu promosi (X_1), diskon (X_2), *store layout* (X_3), dan kelengkapan produk (X_4) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian konsumen (Y). Berdasarkan regresi linier berganda diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.67
Hasil Uji Linier Berganda

Variabel	Koefisien	Standart Error
Constant	8,235	0,334
Promosi (X_1)	0,716	0,189
Diskon (X_2)	0,476	0,165
<i>Store Layout</i> (X_3)	0,422	0,197
Kelengkapan Produk (X_4)	0,658	0,139

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4$$

$$Y = 8,235 + 0,716 X_1 + 0,476 X_2 + 0,422 X_3 + 0,658 X_4$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, dapat diuraikan sebagai berikut:

- Nilai a (konstan) sebesar 8,235 dan bernilai positif, artinya ketika variabel promosi (X_1), diskon (X_2), *store layout* (X_3), dan kelengkapan produk (X_4) berdampak positif terhadap keputusan pembelian konsumen.
- Nilai koefisien regresi dari variabel promosi (X_1) adalah 0,716. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif antara

variabel promosi terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini menyatakan bahwa setiap adanya kenaikan 1% promosi, maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,716.

- c. Nilai koefisien regresi dari variabel diskon (X_2) adalah 0,476. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif antara variabel diskon terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini menyatakan bahwa setiap adanya kenaikan 1% diskon, maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,476.
- d. Nilai koefisien regresi dari variabel *store layout* (X_3) adalah 0,197. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif antara variabel *store layout* terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini menyatakan bahwa setiap adanya kenaikan 1% *store layout*, maka akan meningkat keputusan pembelian konsumen sebesar 0,197.
- e. Nilai koefisien regresi dari variabel kelengkapan produk (X_3) adalah 0,658. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif antara variabel kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini menyatakan bahwa setiap adanya kenaikan 1% kelengkapan produk, maka akan meningkat keputusan pembelian konsumen sebesar 0,658.
- f. Tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah antara

variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

5. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji parsial (Uji T) yang dilakukan bertujuan untuk menguji hipotesis pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dengan nilai signifikansi (α) = 5% maka $df_{n-k-1} = df_{100-4-1} = 95$, maka nilai t tabel sebesar 1,985. Berdasarkan uji T dapat diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.68
Hasil Uji T

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Probabilitas	Keterangan
Promosi (X_1)	3,790	1,985	0,000	Signifikan
Diskon (X_2)	2,876	1,985	0,004	Signifikan
Store Layout (X_3)	2,322	1,985	0,002	Signifikan
Kelengkapan Produk (X_4)	2,582	1,985	0,001	Signifikan

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel hasil uji T diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Variabel promosi (X_1), pada tabel signifikansi diatas dapat diketahui nilai signifikansinya sebesar 0,000 nilai signifikansinya $\leq 0,05$ (5%) dan t_{hitung} sebesar $3,790 > t_{tabel}$ 1,985. Maka keputusan hipotesis ini adalah variabel promosi (X_1) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y).
- 2) Variabel diskon (X_2), pada tabel signifikansi diatas dapat diketahui nilai signifikansinya sebesar 0,004 nilai signifikansinya $\leq 0,05$ (5%) dan t_{hitung} sebesar $2,876 > t_{tabel}$

- 1,985. Maka keputusan hipotesis ini adalah variabel diskon (X_2) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y).
- 3) Variabel *store layout* (X_3), pada tabel signifikansi diatas dapat diketahui nilai signifikansinya sebesar 0,002 nilai signifikansinya $\leq 0,05$ (5%) dan t_{hitung} sebesar $2,322 > t_{tabel}$ 1,985. Maka keputusan hipotesis ini adalah variabel *store layout* (X_3) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y).
- 4) Variabel kelengkapan produk (X_4), pada tabel signifikansi diatas dapat diketahui nilai signifikansinya sebesar 0,001 nilai signifikansinya $\leq 0,05$ (5%) dan t_{hitung} sebesar $2,582 > t_{tabel}$ 1,985. Maka keputusan hipotesis ini adalah variabel kelengkapan produk (X_4) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y).

b. Uji F

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Pada F tabel diketahui $df_{1,k-1} = 3$ dan $df_{2,n-k} = df_{2,100-4} = 96$, maka nilai F tabel sebesar 2,70. Berikut ini hasil dari uji F yang dilakukan menggunakan SPSS 25:

Tabel 4.69
Hasil Uji F

Model	f_{hitung}	f_{tabel}	Sig.
Regression	15,146	2,70	0,000

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa besarnya nilai f_{hitung} sebesar $15,146 > f_{tabel} 2,70$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Oleh sebab itu, menjunjukkan bahwa variabel independen (promosi, diskon, *store layout*, dan kelengkapan produk) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

6. Uji R² (Koefisien Determinasi)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Berikut ini hasil dari uji koefisien determinasi:

Tabel 4.70
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R Square
1	0,638

Sumber: Pengolahan Data Primer Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan koefisien determinasi (R-Squared) yang ditunjukkan oleh nilai R-Squared sebesar 0.638 (63,8%). Hal tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh promosi, diskon, *store layout*, dan kelengkapan produk sebesar 63,8%. Sisanya sebesar 36,2% ($100\% - 63,8\% = 36,2\%$) dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.