

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Profil Toko Bangunan Isna**

Toko Bangunan Isna adalah sebuah usaha toko yang didirikan oleh Bapak Hj. Suyanto atau biasa dipanggil dengan Pak Hj. Yan yang berdiri sejak tahun 2010. Dan toko ini menyediakan beragam kebutuhan yang digunakan untuk bangunan. Mulai dari semen, pipa, plafon, kran, cat tembok, cat kayu, paku, dan lain sebagainya. Dari beragamnya jenis barang yang diperjualbelikan, ternyata ada beberapa yang laku keras seperti paku, semen gresik dan pipa meter. Hal tersebut bisa terjadi dikarenakan banyak pelanggan dari toko ini adalah masyarakat desa Wajak Lor, dimana mayoritas warganya mempunyai kolam jadi pipa meter sangat dibutuhkan. Dan tempat toko bangunan Isna adalah di desa Wajak Lor, Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung. Tepatnya di selatannya pasar Wajak Lor, timur jalan raya.

##### **2. Sejarah Toko Bangunan Isna**

Toko Bangunan Isna berdiri pada tahun 2010, jika dihitung dari tahun sekarang sudah 11 tahun lebih. Toko ini, dilatarbelakangi karena unsur ketidaksengajaan dan peninjauan *traffic* dari pemasaran wilayah setempat. Maksud dari unsur ketidaksengajaan yaitu awal mula Pak Yan membeli sepetak tanah dekat dengan jalan raya untuk investasi dimasa depan. Karena harga tanah setiap tahun melonjak jadi beliau memutuskan untuk membeli

tanah daripada mempermewah rumah. Selang beberapa tahun Pak Yan ingin membuat kolam di tanah tersebut, tetapi disaat itu Pak Yan merubah pikirannya dan mengamati sekitar, usaha apa yang belum ada di desa ini, dan barang yang dijual selalu dibutuhkan oleh masyarakat desa tersebut. Tak lama kemudian Pak Yan mempunyai ide untuk membuat toko bangunan lalu mencari modal lebih untuk membangun toko tersebut dan mencukupi kebutuhan produk tokonya.

### **3. Visi dan Misi Toko Bangunan Isna**

#### a. Visi

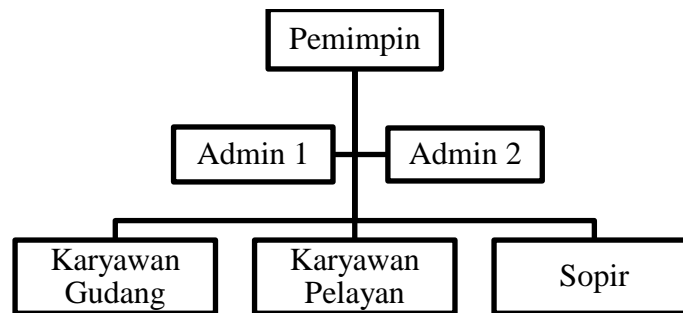
Menjadikan tempat usaha penyedia produk – produk bahan bangunan yang berkualitas dan memberikan solusi terpercaya guna mendapatkan nilai tambah bagi pelayanan terhadap konsumen.

#### b. Misi

- 1) Memberikan beragam produk yang berkualitas.
- 2) Meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan yang ramah dan membantu memberikan informasi.
- 3) Berinovasi, dan berkembang seiringnya perkembangan zaman.

### **4. Struktur Organisasi Toko Bangunan Isna**

Struktur organisasi perusahaan merupakan suatu gambaran yang menunjukkan suatu jabatan atau pekerjaan yang harus dilaksanakan oleh masing-masing bagian atau anggota dari organisasi perusahaan yang tergambar dengan struktur. Berikut susunan struktur organisasi toko bangunan Isna :



**Gambar 4.1 Struktur Organisasi TB Isna**

Berdasarkan gambar diatas, Toko Bangunan Isna memiliki dua admin, dikarenakan admin satu bagian menstock dan mengkalkulasi barang – barang yang bentuk dan unitnya kecil. Sedangkan admin dua bertugas bagian kasir dan mengkalkulasi barang – barang yang bentuknya besar. Dan biasanya bagian karyawan gudang dan karyawan pelayan saling melengkapi saat ramai pengunjung karena memiliki jobdesk yang hampir sama. Dan struktur organisasi ini dibuat sesuai dengan kebutuhan toko.

## **B. Karakteristik Responden**

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu peneliti menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai populasi dalam penelitian ini adalah konsumen toko bangunan Isna yang berjumlah 95 responden dengan karakteristik sebagai berikut :

### **1. Jenis Kelamin dan Usia Responden**

Adapun data mengenai jenis kelamin responden yang diteliti adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| <b>Jenis Kelamin</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Presentase</b> |
|----------------------|---------------|-------------------|
| Laki – Laki          | 86            | 90,5%             |
| Perempuan            | 9             | 9,5%              |
| Total                | 95            | 100%              |

Sumber : data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan keterangan tabel diatas, dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dari keseluruhan sampel sebanyak 95 responden, yaitu 86 laki-laki dan 9 perempuan. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden berjenis kelamin laki – laki lebih banyak melakukan pembelian di toko bangunan Isna, dikarenakan yang membutuhkan perlengkapan bangunan mayoritas adalah laki – laki.

Selanjutnya, data mengenai usia responden yang diteliti adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

| <b>Usia Responden</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Presentase</b> |
|-----------------------|---------------|-------------------|
| 15 - 24 tahun         | 18            | 19%               |
| 25 - 34 tahun         | 19            | 20%               |
| 35 - 44 tahun         | 21            | 22%               |
| 45 - 54 tahun         | 37            | 39%               |
| Total                 | 95            | 100%              |

Sumber : data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan keterangan tabel diatas, menunjukkan bahwa responden yang memiliki usia 45-54 tahun memiliki persentase terbesar 39%, pada usia 25-34 tahun memiliki persentase sebesar 20%, pada usia 35-44 tahun memiliki persentase sebesar 22% dan pada usia 15-24 tahun presentase sebesar 19% dari keseluruhan responden yang berjumlah 95.

## 2. Pendidikan Terakhir dan Penghasilan Responden

Adapun data mengenai pendidikan terakhir responden yang diteliti sebagai berikut :

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

| Pendidikan Terakhir | Jumlah | Presentase |
|---------------------|--------|------------|
| SD                  | 37     | 39%        |
| SMP                 | 25     | 26%        |
| SMA/SMK             | 29     | 31%        |
| Perguruan Tinggi    | 4      | 4%         |
| Total               | 95     | 100%       |

Sumber : data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan keterangan tabel diatas, menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah seseorang yang tamat SD yaitu dengan presentase sebesar 39%, SMA/SMK memiliki presentase sebesar 31%, SMP memiliki presentase sebesar 26% dan Perguruan Tinggi memiliki presentase sebesar 4%. Mayoritas responden adalah tukang bangunan dimana tahun dulu tamat Sekolah Dasar hal yang wajar, yang terpenting bisa menghitung dan mencari uang.

Selanjutnya, data mengenai penghasilan perbulan responden yang diteliti sebagai berikut :

**Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan**

| Penghasilan Perbulan          | Jumlah | Presentase |
|-------------------------------|--------|------------|
| < Rp. 1.000.000               | 63     | 66%        |
| Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000 | 28     | 29%        |
| > Rp. 2.000.000               | 4      | 5%         |

|       |    |      |
|-------|----|------|
| Total | 95 | 100% |
|-------|----|------|

Sumber : data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan keterangan tabel diatas, menunjukkan bahwa penghasilan perbulan < Rp.1.000.000 paling banyak diisi oleh para responden yaitu sebesar 66%, lalu yang Rp.1.000.000 – Rp.2.000.000 memiliki presentase sebesar 29% dan Rp.2.000.000 memiliki presentase sebesar 5%.

### C. Deskripsi Variabel Penelitian

Pada penelitian ini terdiri dari variabel bebas yang meliputi Keragaman Produk (X1), Lokasi (X2), Kualitas Pelayanan (X3), dan satu variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y). Adapun dari hasil penelitian dapat diketahui tanggapan dari 95 responden konsumen toko bangunan Isna terhadap Keputusan Pembelian sebagai berikut:

#### 1. Keragaman Produk

Pada penelitian ini variabel bebas Keragaman Produk (X1) diukur menggunakan empat indikator dan dijabarkan menjadi enam item pernyataan. Adapun jawaban responden pada variabel ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.5 Distribusi Variabel Keragaman Produk**

| Item             | Skor Jawaban |     |    |     |    |     |    |    |     |    |
|------------------|--------------|-----|----|-----|----|-----|----|----|-----|----|
|                  | SS           |     | S  |     | KS |     | TS |    | STS |    |
|                  | F            | %   | F  | %   | F  | %   | F  | %  | F   | %  |
| X <sub>1.1</sub> | 32           | 34% | 57 | 60% | 3  | 3%  | 2  | 2% | 1   | 1% |
| X <sub>1.2</sub> | 22           | 23% | 60 | 63% | 10 | 11% | 3  | 3% | 0   | 0% |
| X <sub>1.3</sub> | 30           | 32% | 56 | 59% | 7  | 7%  | 2  | 2% | 0   | 0% |
| X <sub>1.4</sub> | 15           | 16% | 41 | 43% | 33 | 35% | 6  | 6% | 0   | 0% |
| X <sub>1.5</sub> | 16           | 17% | 54 | 57% | 21 | 22% | 3  | 3% | 1   | 1% |
| X <sub>1.6</sub> | 11           | 12% | 49 | 52% | 32 | 34% | 3  | 3% | 0   | 0% |
| X <sub>1.7</sub> | 14           | 15% | 64 | 67% | 15 | 16% | 2  | 2% | 0   | 0% |

Sumber : data primer yang diolah, 2022

Dari tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa, dari 7 item pertanyaan untuk variabel keragaman produk, untuk item ( $X_{1.1}$ ) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 32 orang atau 34%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 57 orang atau 60%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 3 orang atau 3%, untuk responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 2 orang atau 2%. Dan untuk responden yang memilih pendapat sangat tidak setuju sejumlah 1 orang atau 1%.

Untuk item ( $X_{1.2}$ ) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 22 orang atau 23%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 60 orang atau 63%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 10 orang atau 11%, untuk responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 3 orang atau 3%.

Untuk item ( $X_{1.3}$ ) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 30 orang atau 32%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 56 orang atau 59%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 7 orang atau 7%, untuk responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 2 orang atau 2%.

Untuk item ( $X_{1.4}$ ) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 15 orang atau 16%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 41 orang atau 43%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 33 orang atau 35%, untuk

responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 6 orang atau 6%.

Untuk item ( $X_{1.5}$ ) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 16 orang atau 17%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 54 orang atau 57%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 21 orang atau 22%, untuk responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 3 orang atau 3%. Dan untuk responden yang memilih pendapat sangat tidak setuju sejumlah 1 orang atau 1%.

Untuk item ( $X_{1.6}$ ) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 11 orang atau 12%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 49 orang atau 52%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 32 orang atau 34%, untuk responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 3 orang atau 3%.

Untuk item ( $X_{1.7}$ ) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 14 orang atau 15%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 64 orang atau 67%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 15 orang atau 16%, untuk responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 2 orang atau 2%.

## **2. Lokasi**

Pada penelitian ini variabel bebas Lokasi ( $X_2$ ) diukur menggunakan tujuh indikator dan dijabarkan menjadi tujuh item pernyataan. Adapun jawaban responden pada variabel ini adalah sebagai berikut :



**Tabel 4.6 Distribusi Lokasi (X2)**

| Item             | Skor Jawaban |     |    |     |    |     |    |     |     |    |
|------------------|--------------|-----|----|-----|----|-----|----|-----|-----|----|
|                  | SS           |     | S  |     | KS |     | TS |     | STS |    |
|                  | F            | %   | F  | %   | F  | %   | F  | %   | F   | %  |
| X <sub>2.1</sub> | 11           | 12% | 31 | 33% | 34 | 36% | 16 | 17% | 3   | 3% |
| X <sub>2.2</sub> | 19           | 20% | 40 | 42% | 23 | 24% | 13 | 14% | 0   | 0% |
| X <sub>2.3</sub> | 20           | 21% | 53 | 56% | 14 | 15% | 5  | 5%  | 3   | 3% |
| X <sub>2.4</sub> | 13           | 14% | 44 | 46% | 16 | 17% | 22 | 23% | 0   | 0% |
| X <sub>2.5</sub> | 4            | 4%  | 19 | 20% | 19 | 20% | 46 | 48% | 7   | 7% |
| X <sub>2.6</sub> | 7            | 7%  | 25 | 26% | 49 | 52% | 14 | 15% | 0   | 0% |
| X <sub>2.7</sub> | 13           | 14% | 60 | 63% | 16 | 17% | 6  | 6%  | 0   | 0% |

Sumber : data primer yang diolah, 2022

Untuk item (X<sub>2.1</sub>) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 11 orang atau 12%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 31 orang atau 33%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 34 orang atau 36%, untuk responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 16 orang atau 17%. Dan untuk responden yang memilih pendapat sangat tidak setuju sejumlah 3 orang atau 3%.

Untuk item (X<sub>2.2</sub>) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 19 orang atau 20%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 40 orang atau 42%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 23 orang atau 24%, untuk responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 13 orang atau 14%.

Untuk item (X<sub>2.3</sub>) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 20 orang atau 21%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 53 orang atau 56%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 14 orang atau 15%, untuk

responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 4 orang atau 5%. Dan untuk responden yang memilih pendapat sangat tidak setuju sejumlah 3 orang atau 3%.

Untuk item ( $X_{2.4}$ ) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 13 orang atau 14%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 44 orang atau 46%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 16 orang atau 17%, untuk responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 22 orang atau 23%.

Untuk item ( $X_{2.5}$ ) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 4 orang atau 4%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 44 orang atau 46%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 16 orang atau 17%, untuk responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 22 orang atau 23%.

Untuk item ( $X_{2.6}$ ) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 7 orang atau 7%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 25 orang atau 26%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 49 orang atau 52%, untuk

Untuk item ( $X_{2.7}$ ) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 13 orang atau 14%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 60 orang atau 63%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 16 orang atau 17%, untuk responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 6 orang atau 6%.

### 3. Kualitas Pelayanan

Pada penelitian ini variabel bebas Kualitas Pelayanan (X3) diukur menggunakan lima indikator dan dijabarkan menjadi tujuh item pernyataan. Adapun jawaban responden pada variabel ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.7 Distribusi Kualitas Pelayanan (X3)**

| Item             | Skor Jawaban |     |    |     |    |     |    |     |     |    |
|------------------|--------------|-----|----|-----|----|-----|----|-----|-----|----|
|                  | SS           |     | S  |     | KS |     | TS |     | STS |    |
|                  | F            | %   | F  | %   | F  | %   | F  | %   | F   | %  |
| X <sub>3.1</sub> | 12           | 13% | 53 | 56% | 28 | 27% | 7  | 7%  | 0   | 0% |
| X <sub>3.2</sub> | 19           | 20% | 49 | 52% | 24 | 25% | 9  | 10% | 1   | 1% |
| X <sub>3.3</sub> | 19           | 20% | 32 | 30% | 33 | 31% | 14 | 15% | 1   | 1% |
| X <sub>3.4</sub> | 5            | 5%  | 37 | 39% | 34 | 36% | 19 | 20% | 0   | 0% |
| X <sub>3.5</sub> | 12           | 13% | 38 | 40% | 38 | 40% | 7  | 7%  | 0   | 0% |
| X <sub>3.6</sub> | 12           | 13% | 48 | 51% | 28 | 30% | 6  | 6%  | 1   | 1% |
| X <sub>3.7</sub> | 12           | 13% | 35 | 37% | 39 | 41% | 9  | 9%  | 0   | 0% |

Sumber : data primer yang diolah, 2022

Untuk item (X<sub>3.1</sub>) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 12 orang atau 13%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 49 orang atau 52%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 24 orang atau 25%, untuk responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 9 orang atau 10%. Dan untuk responden yang memilih pendapat sangat tidak setuju sejumlah 1 orang atau 1%.

Untuk item (X<sub>3.2</sub>) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 19 orang atau 20%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 30 orang atau 32%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 31 orang atau 33%, untuk responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 14 orang atau 15%.

Dan untuk responden yang memilih pendapat sangat tidak setuju sejumlah 1 orang atau 1%.

Untuk item ( $X_{3.3}$ ) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 5 orang atau 5%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 37 orang atau 39%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 34 orang atau 36%, untuk responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 19 orang atau 20%.

Untuk item ( $X_{3.4}$ ) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 12 orang atau 13%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 38 orang atau 40%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 38 orang atau 40%, untuk responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 7 orang atau 7%.

Untuk item ( $X_{3.5}$ ) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 12 orang atau 13%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 48 orang atau 51%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 28 orang atau 30%, untuk responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 6 orang atau 6%. Dan untuk responden yang memilih pendapat sangat tidak setuju sejumlah 1 orang atau 1%.

Untuk item ( $X_{3.6}$ ) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 12 orang atau 13%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 48 orang atau 51%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 28 orang atau 30%, untuk

responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 6 orang atau 6%. Dan untuk responden yang memilih pendapat sangat tidak setuju sejumlah 1 orang atau 1%.

Untuk item ( $X_{3.7}$ ) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 9 orang atau 10%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 39 orang atau 41%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 35 orang atau 37%, untuk responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 12 orang atau 13%.

#### 4. Keputusan Pembelian

Pada penelitian ini variabel bebas Keputusan Pembelian (Y) diukur menggunakan empat indikator dan dijabarkan menjadi tujuh item pernyataan. Adapun jawaban responden pada variabel ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.8 Distribusi Keputusan Pembelian (Y)**

| Item            | Skor Jawaban |     |    |     |    |     |    |     |     |    |
|-----------------|--------------|-----|----|-----|----|-----|----|-----|-----|----|
|                 | SS           |     | S  |     | KS |     | TS |     | STS |    |
|                 | F            | %   | F  | %   | F  | %   | F  | %   | F   | %  |
| Y. <sub>1</sub> | 10           | 11% | 45 | 47% | 26 | 27% | 12 | 13% | 2   | 2% |
| Y. <sub>2</sub> | 11           | 12% | 56 | 59% | 19 | 20% | 8  | 8%  | 1   | 1% |
| Y. <sub>3</sub> | 9            | 10% | 62 | 65% | 16 | 17% | 6  | 6%  | 2   | 2% |
| Y. <sub>4</sub> | 10           | 11% | 73 | 77% | 8  | 8%  | 2  | 2%  | 2   | 2% |
| Y. <sub>5</sub> | 11           | 12% | 56 | 59% | 20 | 21% | 7  | 7%  | 1   | 1% |
| Y. <sub>6</sub> | 14           | 15% | 72 | 76% | 8  | 8%  | 1  | 1%  | 0   | 0% |
| Y. <sub>7</sub> | 15           | 16% | 52 | 65% | 16 | 17% | 2  | 2%  | 0   | 0% |

Untuk item ( $Y_{.1}$ ) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 10 orang atau 11%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 45 orang atau 47%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 26 orang atau 27%, untuk responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 12 orang atau 13%.

Dan untuk responden yang memilih pendapat sangat tidak setuju sejumlah 2 orang atau 2%.

Untuk item (Y<sub>2</sub>) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 11 orang atau 12%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 56 orang atau 59%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 19 orang atau 20%, untuk responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 8 orang atau 8%. Dan untuk responden yang memilih pendapat sangat tidak setuju sejumlah 1 orang atau 1%.

Untuk item (Y<sub>3</sub>) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 9 orang atau 10%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 62 orang atau 65%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 16 orang atau 17%, untuk responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 6 orang atau 6%. Dan untuk responden yang memilih pendapat sangat tidak setuju sejumlah 2 orang atau 2%.

Untuk item (Y<sub>4</sub>) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 10 orang atau 11%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 73 orang atau 77%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 8 orang atau 8%, untuk responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 2 orang atau 2%.

Untuk item (Y<sub>5</sub>) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 11 orang atau 12%, untuk responden yang

memilih pendapat setuju sejumlah 56 orang atau 59%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 20 orang atau 21%, untuk responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 7 orang atau 7%. Dan untuk responden yang memilih pendapat sangat tidak setuju sejumlah 1 orang atau 1%.

Untuk item (Y<sub>6</sub>) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 14 orang atau 15%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 72 orang atau 76%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 8 orang atau 8%, untuk responden yang memilih pendapat tidak setuju sejumlah 1 orang atau 1%.

Untuk item (Y<sub>7</sub>) dengan keterangan bahwa responden yang memilih pendapat sangat setuju sejumlah 15 atau 16%, untuk responden yang memilih pendapat setuju sejumlah 62 atau 65%, untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 16 atau 17% dan untuk responden yang memilih pendapat kurang setuju sejumlah 2 orang atau 2%

## **D. Analisis Data**

### **1. Uji Instrumen data**

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya butir – butir kuisioner menggunakan *pearson product moment correlation*. Suatu data dapat dikatakan valid ketika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 95 responden. Dalam penelitian ini, diperoleh  $df = 95-2$

= 93 dengan  $r_{\text{tabel}}$  yaitu 0,2017. Berikut hasil uji validitas :

**Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas**

| Variabel                      | Item | $r_{\text{hitung}}$ | $r_{\text{tabel}}$ | Keterangan |
|-------------------------------|------|---------------------|--------------------|------------|
| Keragaman Produk (X1)         | X1.1 | 0,470               | 0,2017             | Valid      |
|                               | X1.2 | 0,303               | 0,2017             | Valid      |
|                               | X1.3 | 0,539               | 0,2017             | Valid      |
|                               | X1.4 | 0,717               | 0,2017             | Valid      |
|                               | X1.5 | 0,650               | 0,2017             | Valid      |
|                               | X1.6 | 0,699               | 0,2017             | Valid      |
|                               | X1.7 | 0,594               | 0,2017             | Valid      |
| Lokasi (X2)                   | X2.1 | 0,340               | 0,2017             | Valid      |
|                               | X2.2 | 0,624               | 0,2017             | Valid      |
|                               | X2.3 | 0,523               | 0,2017             | Valid      |
|                               | X2.4 | 0,680               | 0,2017             | Valid      |
|                               | X2.5 | 0,414               | 0,2017             | Valid      |
|                               | X2.6 | 0,558               | 0,2017             | Valid      |
|                               | X2.7 | 0,411               | 0,2017             | Valid      |
| Kualitas Pelayanan (X3)       | X3.1 | 0,606               | 0,2017             | Valid      |
|                               | X3.2 | 0,338               | 0,2017             | Valid      |
|                               | X3.3 | 0,363               | 0,2017             | Valid      |
|                               | X3.4 | 0,435               | 0,2017             | Valid      |
|                               | X3.5 | 0,616               | 0,2017             | Valid      |
|                               | X3.6 | 0,451               | 0,2017             | Valid      |
|                               | X3.7 | 0,473               | 0,2017             | Valid      |
| Keputusan Pembelian Ulang (Y) | Y.1  | 0,527               | 0,2017             | Valid      |
|                               | Y.2  | 0,469               | 0,2017             | Valid      |
|                               | Y.3  | 0,708               | 0,2017             | Valid      |
|                               | Y.4  | 0,695               | 0,2017             | Valid      |
|                               | Y.5  | 0,637               | 0,2017             | Valid      |
|                               | Y.6  | 0,640               | 0,2017             | Valid      |
|                               | Y.7  | 0,594               | 0,2017             | Valid      |

Sumber : data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.9 maka ditarik kesimpulan bahwa seluruh item dari kuisioner mulai dari keragaman produk, lokasi, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian adalah valid. Hal ini diketahui karena setiap instrumen pada tabel diatas memiliki  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ .



## b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen digunakan untuk memperoleh data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mendapatkan hal tersebut, maka dilakukan uji reliabilitas dengan memakai metode Alpha Cronbach's diukur berdasarkan skala Alpha Cronbach's. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach's, bila koefisien reliabilitasnya  $> 0,6$ .

**Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas**

| Reliability Statistics  |                  |            |
|-------------------------|------------------|------------|
| Variabel                | Cronbach's Alpha | N of Items |
| Keragaman Produk (X1)   | .755             | 7          |
| Lokasi (X2)             | .877             | 7          |
| Kualitas Pelayanan (X3) | .724             | 7          |
| Keputusan Pembelian (Y) | .841             | 7          |

Sumber : data primer yang diolah., 2022

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa variabel keragaman produk memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,755, variabel lokasi memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,877, variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,724 dan variabel keputusan pembelian memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,841. Hal ini membuktikan bahwa masing – masing variabel memiliki reliabilitas yang baik karena mempunyai nilai *crobach alpha*  $> 0,6$ .

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas Residual

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Dengan pengambilan keputusan jika nilai

signifikasinya  $> 0,05$  maka dikatakan berdistribusi normal, dan begitu pula sebaliknya. Berikut hasil uji normalitas dalam penelitian ini:

**Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                  |                | Unstandardized<br>Residual |
|----------------------------------|----------------|----------------------------|
| N                                |                | 95                         |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | 26.5789474                 |
|                                  | Std. Deviation | .84217979                  |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .065                       |
|                                  | Positive       | .065                       |
|                                  | Negative       | -.045                      |
| Test Statistic                   |                | .065                       |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .200 <sup>c,d</sup>        |

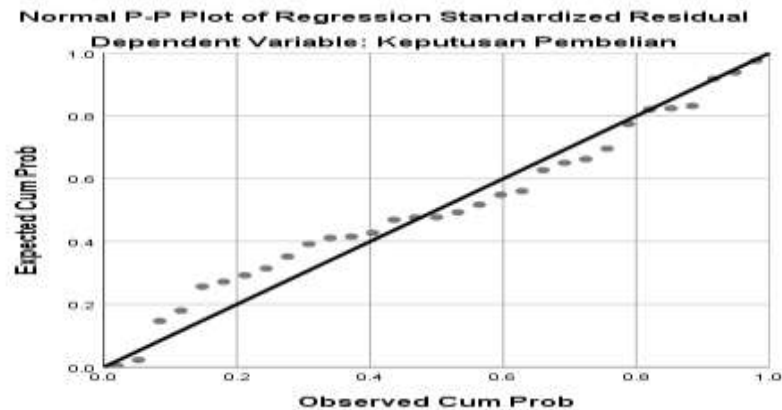
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.11 maka dapat diketahui bahwa nilai asymp.sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh data terdistribusi normal.

#### **Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Plot**

Berdasarkan gambar 4.2 maka dapat diketahui bahwa uji normal probability plot data tersebut terdistribusi normal. Hal ini dibuktikan dengan bentuk gambar yang telah memenuhi dasar pengambilan keputusan yaitu data menyebar disekitar area garis diagonal dan mengikuti arah dari garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal.



#### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi interkolerasi antar variabel independen. Uji multikolinieritas menggunakan nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF), dengan ketentuan nilai tolerance  $> 0,10$  maka tidak terjadi multikolinieritas dan untuk VIF jika nilai VIF  $< 10,00$  maka tidak terjadi multikolinieritas, berikut hasil uji multikolinieritas :

**Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas**

|   |                    | Collinearity Statistics |       |
|---|--------------------|-------------------------|-------|
|   |                    | Tolerance               | VIF   |
| 1 | Keragaman Produk   | .980                    | 1.021 |
|   | Lokasi             | .870                    | 1.149 |
|   | Kualitas Pelayanan | .865                    | 1.157 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
Sumber : data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.12 maka dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk variabel keragaman produk memiliki nilai sebesar 0.980, untuk variabel lokasi memiliki nilai sebesar 0.870, dan untuk variabel kualitas pelayanan memiliki nilai sebesar 0.865. Hal ini menunjukkan bahwa nilai dari dari

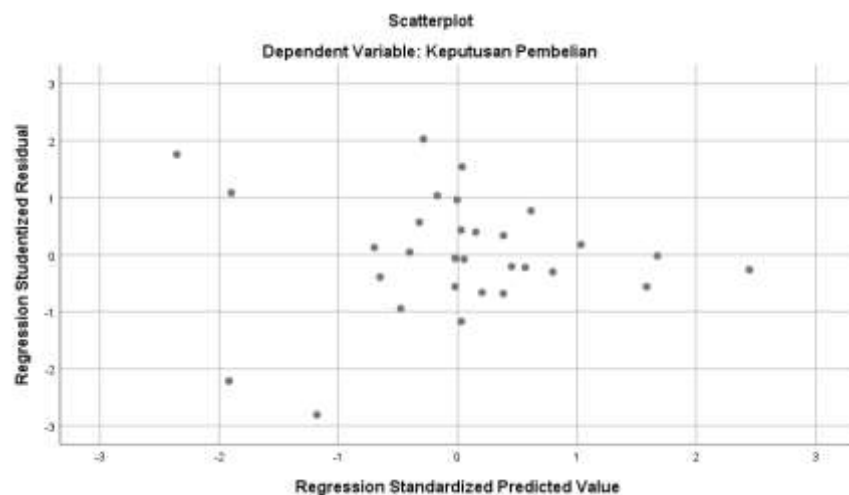
ketiga variabel tersebut  $> 0,10$ . Maka dapat disimpulkan bahwa model regresinya tidak terjadi multikolinieritas.

Sedangkan untuk nilai VIF dapat dilihat bahwa untuk variabel keragaman produk memiliki nilai sebesar 1.021, untuk variabel lokasi memiliki nilai sebesar 1.149, untuk variabel kualitas pelayanan memiliki nilai sebesar 1.157. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa masing – masing variabel memiliki nilai  $<10,00$ .

#### c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual yang satu dengan yang lain untuk semua pengamatan pada model regresi linier. Dalam pengujian, menggunakan *scatter plot* sebagai berikut :

**Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas**



Sumber : data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan gambar 4.3 dapat diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik – titik diatas menyebar dan di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y sesuai syarat yang berlaku, maka dapat disimpulkan bahwa tidak

terjadi heterokedastisitas

#### d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  sebelumnya. Ada beberapa cara yang digunakan untuk mendeteksi gejala autokorelasi seperti uji durbin witsen sebagai berikut :

**Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi**

| <b>Model Summary<sup>b</sup></b> |                   |          |                   |                            |               |
|----------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model                            | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1                                | .255 <sup>a</sup> | .065     | .034              | 3.161                      | 1.849         |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Lokasi

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui bahwa nilai durbin watson 1,849, dimana dasar pengambilan keputusan diambil jika  $dU < d < 4-dU$  maka hipotesis diterima artinya tidak terdapat autokorelasi. Diperoleh dari tabel uji durbin watson bahwa data 95 dengan  $k$  (variabel bebas) = 3 memperoleh nilai  $dU = 1,736$ , maka  $4-dU = 2,2684$ . Jadi  $1,736 < 1,849 < 2,2684$  yang berarti tidak terjadi autokorelasi.

### 3. Uji Regresi Linier Berganda

Uji analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan atau pengaruh antar variabel bebas dengan variabel terikat. Adapun hasil dari pengujian regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

|       |                                      | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      |
|-------|--------------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |                                      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |      |
| Model |                                      | B                           | Std. Error | Beta                      | T     | Sig. |
| 1     | (Constant)                           | 5.642                       | 2.908      |                           | 1.940 | .055 |
|       | Keragaman Produk (X <sub>1</sub> )   | .283                        | .117       | .239                      | 2.429 | .017 |
|       | Lokasi (X <sub>2</sub> )             | .279                        | .131       | .238                      | 2.136 | .035 |
|       | Kualitas Pelayanan (X <sub>3</sub> ) | .191                        | .092       | .221                      | 2.066 | .042 |

Sumber : data primer yang diolah, 2022

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

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots b_nX_n$$

$$Y = 5,642 + 0,283X_1 + 0,279X_2 + 0,191X_3$$

Dari bentuk persamaan regresi di atas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 5,642 menyatakan bahwa jika variabel bebas yaitu keragaman produk (X<sub>1</sub>), lokasi (X<sub>2</sub>), dan kualitas pelayanan (X<sub>3</sub>) tidak mengalami perubahan (konstan) atau = 0, maka besarnya keputusan pembelian (Y) adalah 5,642 satuan.
- b. Koefisien keragaman produk (X<sub>1</sub>) sebesar 0,283 menyatakan bahwa apabila variabel keragaman produk (X<sub>1</sub>) naik satu satuan, maka akan meningkatkan nilai keputusan pembelian (Y) sebesar 0,283.
- c. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X<sub>3</sub>) sebesar 0,191 menyatakan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan (X<sub>3</sub>) naik satu satuan, maka akan meningkatkan nilai keputusan pembelian (Y) sebesar 0,191.

d. Koefisien regresi lokasi ( $X_2$ ) sebesar 0,279 menyatakan bahwa apabila variabel lokasi ( $X_2$ ) naik satu satuan, maka akan meningkatkan nilai keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,279.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji T

Uji T digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh secara parsial pada variabel keragaman produk, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Dengan ketentuan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen atau variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Untuk mengetahui  $t_{tabel}$  menggunakan perhitungan  $t_{tabel} = t(\alpha/2; n-k-1)$  yang berarti  $t_{tabel} = t(0,05/2; 95-3-1) = 0,025$  (kolom); 91 (baris). Maka diperoleh nilai  $t_{tabel}$  1,9863. Berikut ini merupakan hasil dari uji t :

**Tabel 4.15 Hasil Uji T**

| Model |                              | Coefficients <sup>a</sup>   |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-------|------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |                              | Unstandardized Coefficients | Std. Error |                           |       |      |
|       |                              | B                           |            | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant)                   | 5.642                       | 2.908      |                           | 1.940 | .055 |
|       | Keragaman Produk ( $X_1$ )   | .283                        | .117       | .239                      | 2.429 | .017 |
|       | Lokasi ( $X_2$ )             | .279                        | .131       | .238                      | 2.136 | .035 |
|       | Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) | .191                        | .092       | .221                      | 2.066 | .042 |

Sumber : data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan perhitungan pada tabel 4.15 maka dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  masing – masing variabel  $> t_{tabel}$ . Hal itu bisa dilihat untuk  $t_{hitung}$  variabel keragaman produk  $2,429 > 1,9863$  maka variabel keragaman produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. untuk  $t_{hitung}$

variabel lokasi  $2,136 > 1,9863$  maka variabel lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Untuk  $t_{hitung}$  variabel kualitas pelayanan  $2,066 > 1,9863$  maka variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya untuk nilai signifikannya diperoleh bahwa keragaman produk sebesar  $0,017 < 0,05$ , lokasi sebesar  $0,35 < 0,05$ , dan kualitas pelayanan  $0,042 < 0,05$  yang berarti semua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen yaitu keragaman produk, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian. Dengan dasar pengambilan keputusan yaitu apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka keputusannya adalah menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$  yang artinya bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui  $F_{tabel}$  menggunakan perhitungan  $F_{tabel} = F(k; n-k)$  yang berarti  $F_{tabel} = F(3; 95-3) = F(3; 92)$  (kolom); 92 (baris). Maka diperoleh nilai  $F_{tabel} 2,70$ . Berikut ini merupakan hasil dari uji F :

**Tabel 4.15 Hasil Uji F**

|       |            | ANOVA <sup>a</sup> |    |             |       |                   |
|-------|------------|--------------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Model |            | Sum of Squares     | Df | Mean Square | F     | Sig.              |
| 1     | Regression | 148.274            | 3  | 49.425      | 8.866 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 507.263            | 91 | 5.574       |       |                   |
|       | Total      | 655.537            | 94 |             |       |                   |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian(Y)

b. Predictors: (Constant), Keragaman Produk( $X_1$ ), Lokasi ( $X_2$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_3$ )

Sumber : data primer yang diolah, 2022



Berdasarkan hasil uji ANOVA atau F test pada Tabel 4.15. diperoleh nilai  $F_{hitung} = 8,886$  dan  $F_{tabel} = 2,70$  dengan signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Hal ini dapat dinyatakan bahwa variabel independen yang meliputi keragaman produk, lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian, maka  $H_a$  diterima.

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

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atas kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan ketentuan jika nilai  $R^2$  mendekati nilai 1, maka pengaruh yang diberikan semakin kuat. Berikut merupakan hasil dari uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) :

**Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

| Model Summary |                   |          |                   |                            |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | .620 <sup>a</sup> | .385     | .334              | 1.946                      |

a. Predictors: (Constant), Keragaman Produk ( $X_1$ ), Lokasi ( $X_2$ ), Kualitas Pelayanan  $X_3$ )

Sumber : data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.16 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi pada penelitian terdapat variabel lebih dari variabel sehingga digunakan (*Adjusted R square*) yang diperoleh sebesar 0,334. Hal ini berarti 33,4% peningkatan keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh keragaman produk, lokasi dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya yaitu 66,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.