BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

Deskripsi data yang akan disajikan dari hasil penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran secara umum mengenai informasi maupun data yang diperoleh di lapangan.

1. Sejarah Berdirinya Toko Busana Muslim Ummi Collection Nganjuk.

Berawal dari berkembangnya model trend berbusana khususnya busana muslim, membuat Ibu Ummi Najla selaku pemilik Toko Ummi Collection mendirikan sebuah Toko yang bergerak dalam bidang retail busana muslim yang berdiri pada tanggal 9 juli 2014. Toko ini terletak di jalan Dr Soetomo No 66 Kabupaten Nganjuk. Tujuan didirikan toko busana muslim Ummi Collection adalah untuk memenuhi ragam kebutuhan dan perlengkapan busana muslim. sebagai konsistensinya untuk menjadi bagian dari gaya busana muslim yang menjalani perintah Allah untuk berhijab. Toko Ummi Collection memberikan pilihan pilihan bagi keluarga muslimsehingga menyadari betapa mudah menyenangkan, dan nyaman tampil islami

Produk andalan berupa kerudung instan dan produk lain yang juga telah dikembangkan yaitu busana muslim. Adapun busana muslim tersebut diantaranya adalah kemko, tunik, kastun, dresslim, serta perlengkapan lain seperti ciput kerudung dan aksesoris.

a. Visi Dan Misi Toko Busana Muslim Ummi Collection

1) Visi

Menjadikan toko yang tumbuh berkualitas, berinovasi tinggi dan bercitra tinggi, dalam penyediaan busana muslim.

2) Misi

- Memberikan produk yang berkualitas, up to date inovatif
- Memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan tanggap

b. Struktur organisasi perusahaan

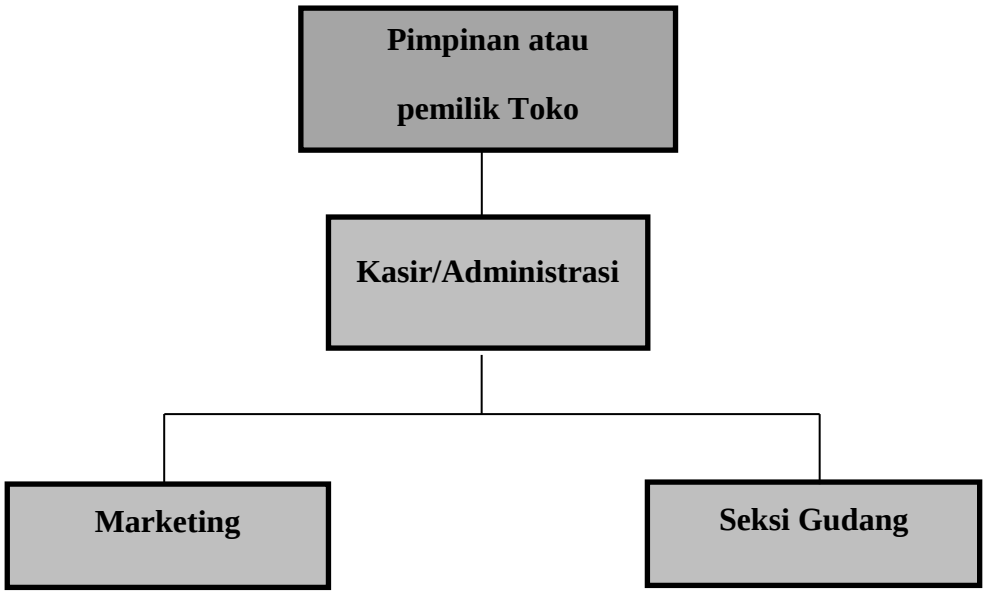
Dalam menjalankan kegiatanToko Ummi Collection membagi tanggung jawab sebagai berikut:

1) Pemilik Toko : Ibu Umi Najla
2) Kasir/Administrasi : Retno Wulandari
3) Marketing : Ririn Ekawati
   Nia Kurniawati
4) Seksi Gudang :Wiwik sulistyawati
   Yuliana

Adapun struktur organisasi toko busana muslim Ummi Collection Nganjuk adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Toko Ummi Collection



Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Fungsi dan uraian tugas

1) Pimpinan Toko
   - Memimpin dan bertanggung jawab atas semua staf yang dibawahinya.
   - Menjaga serta membina koordinasi dan kerjasama yang baik diantara semua karyawan.

2) Kasir/Administrasi
   - Menjalankan proses penjualan dan pembayaran.
   - Melakukan pencatatan atas semua transaksi.
   - Melakukan proses transaksi pelayanan jual beli serta melakukan *packing*.

3) Marketing
   - Membuat nota penjualan.

- Melayani pelanggan.
- Menjaga kebersihan area penjualan.
- Menjawab pertanyaan pelanggan dan melayani complain dari pelanggan dengan baik.

4) Seksi Gudang

- Membuat laporan penerimaan barang.
- Mencocokan barang dengan faktur.
- Memberi laporan tentang persediaan dan memantau stok barang yang ada.

c. Produk Toko Busana Muslim Ummi *Collection*

Toko Ummi Collection merupakan usana yang bergerak dalam bidang perdagangan busana muslim, sehingga dalam usahanya toko tersebut menjual beraneka macaam busana muslim untuk laki-laki ataupun perempuan baik anak-anak, remaja, dan dewasa. Berikut macam-macam merk busana muslim yang dijual di Toko Ummi Collection:

Gambar 4.2
Macam-macam produk di Ummi Collection

No	Nama Barang	Harga
1.	Nibras	Rp. 90.000-250.000
2.	Alnita	Rp. 75.000-200.000
3.	Rahnem	Rp. 89.000- 195.000
4.	Endomoda	Rp.125.000-250.000
5.	Ethica	Rp.115.000-250.000
6.	Rauna	Rp. 95.000-180.000

Sumber : Data Primer Yang diolah 2017

d. Volume Penjualan Produk Busana Muslim Toko Ummi Collection

Berikut ini adalah data volume penjualan produk busana muslim yang disajikan dalam 3 tahun terakhir:

Tabel 4.3
Volume Penjualan Produk Busana Muslim Ummi Collection
Tahun 2014 – 2016

Tahun	Volume Penjualan
2014	313.370.000
2015	337.180.000
2016	372.750.000

Sumber Data: Toko Ummi Collection Kabupaten Nganjuk

2. Analisis Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen toko busana muslim Ummi Collection Kabupaten Nganjuk sebanyak 100 konsumen. Karakteristik responden memberikan gambaran mengenai dekripsi identitas responden yang menjadi sampel penelitian. Dalam penelitian ini, karakteristik responden dibagi berdasarkan kelompok usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Adapun keterangan lebih lanjut mengenai karakteristik responden dapat dilihat dari uraian berikut:

a. Karakteristik responden berdasarkan usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dibagi menjadi lima kelompok, yaitu <20 tahun, 21-25 tahun, 26-30 tahun, 31-40 tahun, dan >40 tahun.Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat dalam tabel 4.1 sebagaiberikut:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Responden Persentase (%)
< 20 tahun	25	25%
21-25 tahun	30	30%
26-30 tahun	14	14%
31-40 tahun	16	16%
> 40 tahun	15	15%

Sumber : Data primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa responden berusia < 20 tahun berjumlah 25 orang atau sebanyak 25%, responden berusia 21-25 tahun berjumlah 30 orang atau sebanyak 30%, responden berusia 26-10 tahun berjumlah 14 orang atau sebanyak 14%, responden berusia 31-40 tahun berjumlah 16 orang atau sebanyak 16%, dan responden berusia > 40 tahun berjumlah 15 orang atau sebanyak 15%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa mayoritas konsumen berusia 21-25 tahun.

b. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terbagi menjadi dua, yaitu laki-laki dan perempuan, yang dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Responden Persentase (%)
Laki-laki	20	20%
Perempuan	80	80%

Sumber : Data primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa responden laki-laki berjumlah 19 orang atau 20%, sedangkan responden terbesar yaitu perempuan denganjumlah 56 orang atau sebesar 80%. Sehingga dapat dikatakan bahwa mayoritas konsumen Ummi Collection adalah perempuan.

c. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dibagi menjadi enam kelompok, yaitu pelajar/mahasiswa, pegawai negeri, pegawai swasta, wiraswasta, ibu rumah

tangga, dan lain-lain. Keterangan lebih lanjutmengenai karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Responden Persentase (%)
Wiraswasta	30	30%
Pegawai negeri	15	15%
Pegawai swasta	14	14%
Ibu tumah tangga	16	16%
Pelajar/Mahasiswa	20	20%
Lain-lain	5	5%

Sumber : Data primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa jumlah responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta adalah sebanyak 30 orang atau 30%, responden dengan pekerjaan sebagai pegawai negeri adalah sebanyak 15 orang atau 15%, responden dengan pekerjaan pegawai swasta adalah sebanyak 14 orang atau 14%, responden dengan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga adalah sebanyak 16 orang atau 16%, dan responden dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 20 orang atau 20%, dan responden dengan pekerjaan lainnya sebanyak 5%. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa wiraswasta adalah mayoritas konsumen

d. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan dibagi menjadi enam kelompok, yaitu < Rp 1.000.000, Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000, Rp 2.000.000 –Rp 3.000.000, Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000, Rp 4.000.000 – Rp 5.000.000, dan> Rp 5.000.000.Karakteristik respinden berdasarkan pendapatan dapat dilihat pada tabel 5.5 sebagai berikut:

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah	Responden Persentase (%)
< Rp 1.000.000	35	35%
Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	20	20%
Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000	15	15%
Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000	15	15%
Rp 4.000.000 – Rp 5.000.000	10	10%
> Rp 5.000.000	5	15%

Sumber : Data primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa responden dengan pendapatan sebesar < Rp 1.000.000 berjumlah 35 orang atau 35%, respondendengan pendapatan sebesar Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 berjumlah 20 orangatau 20%, responden dengan pendapatan sebesar Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000 berjumlah 15 orang atau 15%, responden dengan pendapatan sebesar Rp3.000.000 – Rp 4.000.000 berjumlah 15 orang atau 15%, responden dengan pendapatan sebesar Rp 4.000.000 – Rp 5.000.000 berjumlah 10 orang atau 10%, dan responden dengan pendapatan sebesar > Rp 5.000.000 berjumlah 5 orang atau 5%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa mayoritas konsumen Ummi Collection berpendapatan < Rp 1.000.000.

3. Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner

Berdasarkan judul dan perumusan masalah dimana penelitian ini terdiri dari 4 variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu Segmentasi Geografis (X_1), Segmentasi Demografis (X_2), Segmentasi Psikografis (X_3), Segmentasi Perilaku (X_4), dan Volume Penjualan (Y). jumlah sampel yang ditentukan adalah sebanyak 100 konsumen Toko Busana Muslim Ummi Collection Nganjuk. Data variabel diperoleh dari hasil kuesioner

yang telah disebar oleh peneliti.Adapun tanggapan responden terhadap indikator-indikatornya disajikan dalam uraian berikut:

a. Segmentasi Geografis

Analisis deskripsi jawaban responden terhadap variabel segmentasi geografis didasarkan pada jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan menyangkut variabel segmentasi geografis dalam kuesioner yang disebar.Tanggapan responden terhadap variabel segmentasi geografis dapat dilihat padatabel sebagai berikut**:**

Tabel 4.5

Data Deskripsi Variabel Segmentasi Geografis (X_1)

No	Bobot	Skor	Jumlah	Presentase
1	Sangat Setuju	5	96	32%
2	Setuju	4	152	51%
3	Netral	3	49	16%
4	Tidak Setuju	2	3	1%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%

Sumber : Data primer yang diolah 2017

Pada tabel 4.5 dapat diketahui, bahwa dari 100 responden nasabah yang tertinggi menyatakan setuju terhadap volume penjualan Toko Ummi Collection Nganjuk. Dimana jawaban setuju sebanyak 152 atau 51%, 96 atau 32% konsumen menjawab sangat setuju, 49 atau 16% menjawab netral, dan 1% nasabah menjawab tidak setuju. Maka diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebesar 51% memberikan tanggapan setuju pada setiap item pertanyaan yang diajukan pada variabel segmentasi geografis.

b. Segmentasi Demografis

Analisis deskripsi jawaban responden terhadap variabel segmentasi geografis didasarkan pada jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan menyangkut variabel

segmentasi geografis dalam kuesioner yang disebar.Tanggapan responden terhadap variabel segmentasi demografis dapat dilihat padatabel sebagai berikut**:**

Tabel 4.6

Data Deskripsi Variabel Segmentasi Demografis (X_2)

No	Bobot	Skor	Jumlah	Presentase
1	Sangat Setuju	5	**91**	**30%**
2	Setuju	4	**170**	**57%**
3	Netral	3	**32**	**11%**
4	Tidak Setuju	2	**7**	**2%**
5	Sangat tidak setuju	1	**0**	**0%**

Sumber : Data primer yang diolah 2017

Pada table 4.7 dapat diketahui, bahwa dari 100 responden nasabah yang tertinggi menyatakan setuju terhadap volume penjualan Toko Ummi Collection Nganjuk. Dimana jawaban setuju sebanyak 170 atau 57%, 91 atau 30% konsumen menjawab sangat setuju, 32 atau 11% menjawab netral, dan 7 atau 2% nasabah menjawab tidak setuju. Maka diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebesar 57% memberikan tanggapan setuju pada setiap item pertanyaan yang diajukan pada variabel segmentasi demografis.

c. Segmentasi Psikografis

Analisis deskripsi jawaban responden terhadap variabel segmentasi geografis didasarkan pada jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan menyangkut variabel segmentasi geografis dalam kuesioner yang disebar.Tanggapan responden terhadap variabel segmentasi geografis dapat dilihat padatabel sebagai berikut**:**

Tabel 4.7

Data Deskripsi Variabel Segmentasi Psikografis (X_3)

No	Bobot	Skor	Jumlah	Presentase
1	Sangat Setuju	5	**63**	**21%**
2	Setuju	4	**192**	**64%**
3	Netral	3	**45**	**15%**
4	Tidak Setuju	2	**0**	**0%**
5	Sangat tidak setuju	1	**0**	**0%**

Sumber : Data primer yang diolah 2017

Pada table 4.7 dapat diketahui, bahwa dari 100 responden nasabah yang tertinggi menyatakan setuju terhadap volume penjualan Toko Ummi Collection Nganjuk. Dimana jawaban setuju sebanyak 192 atau 64%, 63 atau 21% konsumen menjawab sangat setuju, 45 atau 15% menjawab netral,. Maka diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebesar 64% memberikan tanggapan setuju pada setiap item pertanyaan yang diajukan pada variabel segmentasi Psikografis.

d. Segmentasi Perilaku

Analisis deskripsi jawaban responden terhadap variabel segmentasi geografis didasarkan pada jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan menyangkut variabel segmentasi geografis dalam kuesioner yang disebar. Tanggapan responden terhadap variabel segmentasi geografis dapat dilihat pada tabel sebagai berikut**:**

Tabel 4.8

Data Deskripsi Variabel Segmentasi Perilaku (X_4)

No	Bobot	Skor	Jumlah	Presentase
1	Sangat Setuju	5	68	23%
2	Setuju	4	168	56%
3	Netral	3	61	20%
4	Tidak Setuju	2	3	1%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%

Sumber : Data primer yang diolah 2017

Pada table 4.9 dapat diketahui, bahwa dari 100 responden nasabah yang tertinggi menyatakan setuju terhadap volume penjualan Toko Ummi Collection Nganjuk. Dimana jawaban setuju sebanyak 168 atau 56%, 68 atau 23% konsumen menjawab sangat setuju, 61 atau 20% menjawab netral, dan 1% nasabah menjawab tidak setuju. Maka diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebesar 56% memberikan tanggapan setuju pada setiap item pertanyaan yang diajukan pada variabel segmentasi perilaku.

e. Volume Penjualan

Analisis deskripsi jawaban responden terhadap variabel volume penjualan didasarkan pada jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan menyangkut variabel segmentasi geografis dalam kuesioner yang disebar. Tanggapan responden terhadap variabel volume penjualan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut**:**

Tabel 4.9

Data Deskripsi Variabel Volume Penjualan (Y)

No	Bobot	Skor	Jumlah	Presentase
1	Sangat Setuju	5	85	28%
2	Setuju	4	160	53%
3	Netral	3	52	17%
4	Tidak Setuju	2	3	1%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

B. Analisis Data

1. Uji Validitas

Penelitian ini menganalisis tentang pengaruh segmentasi geografis, demografis, psikografis,dan perilaku terhadap volume penjualan busana muslim Ummi Collection.Sebelum melakukan analisis data, maka dilakukan uji validitas pada pertanyaan-pertanyaan yang diberikan pada responden. Kriteria yang dilakukan pada uji

validitas adalah jika r-hitung<r-tabel= tidak valid dan jika r-hitung>r-tabel= valid. Kemudian nilai r-tabel yang digunakan dengan signifikansi 5% (0,05) dan dk = n – 2 =100 – 2 = 98 adalah sebesar 0,197. Nilai r-hitung dilihat dari korelasi antara masing-masing item dengan total skor. Berikut adalah hasil uji validitas untuk variabel X yaitu segmentasi geografis, demografis, psikografis,dan perilaku dan variabel Y yaitu volume penjualan busana muslim Ummi Collection menggunakan software SPSS:

Gambar 4.4

Hasil Validitas Segmentasi Geografis (X_1)

Nomor Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X11	0,551	0,197	Valid
X12	0,751	0,197	Valid
X13	0,592	0,197	Valid

Sumber : Data SPSS Penelitian, 2017

Berdasarkan gambar diatas, dapat diketahui bahwa variabel Segmentasi Geografis (X_1) adalah valid karena valid karena nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel. Sehingga, dalam penelitian ini semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

Gambar 4.5

Hasil Validitas Segmentasi Demografis (X_2)

Nomor Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X21	0,636	0,197	Valid
X22	0,698	0,197	Valid
X23	0,717	0,197	valid

Sumber : Data SPSS Penelitian, 2017

Berdasarkan gambar diatas, dapat diketahui bahwa variabel Segmentasi Demografis (X_2) adalah valid karena valid karena nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel. Sehingga, dalam penelitian ini semua item dalam

instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

Gambar 4.6
Hasil Validitas Segmentasi Psikografis (X_3)

Nomor Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X31	0,571	0,197	Valid
X32	0,780	0,197	Valid
X33	0,628	0,197	valid

Sumber : Data SPSS Penelitian, 2017

Berdasarkan gambar diatas, dapat diketahui bahwa variabel Segmentasi Psikografis (X_3) adalah valid karena valid karena nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel. Sehingga, dalam penelitian ini semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

Gambar 4.7
Hasil Validitas Segmentasi Perilaku (X_4)

Nomor Item	**r-hitung**	**r-tabel**	**Keterangan**
X41	0,771	0,197	Valid
X42	0,752	0,197	Valid
X43	0,859	0,197	Valid

Sumber : Data SPSS Penelitian, 2017

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa variabel Segmentasi perilaku (X_4) adalah valid karena valid karena nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel. Sehingga, dalam penelitian ini semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

Gambar 4.8

Hasil Validitas Volume Penjualan (Y)

Nomor Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Y1	0,837	0,197	Valid
Y2	0,798	0,197	Valid
Y3	0,502	0,197	Valid

Sumber : Data SPSS Penelitian, 2017

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa variabel Volume Penjualan (Y) adalah valid karena valid karena nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel. Sehingga, dalam penelitian ini semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen bertujuan untuk mengetahui konsistensi dari instrumen sebagai alat ukur, hingga hasil pengukuran dapat dipercaya. Formula yang digunakan untuk menguji realibilitas instrumen dalam penelitian ini adalah Koefisien Alpha ($\acute{a}$) dari Cronbach dengan kriteria sebagai berikut :

a. Jika nilai *Cronbach's Alpha*> 0,600, maka kuesioner dinyatakan reliabel.
b. Jika nilai *Cronbach's Alpha*< 0,600, maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel.

Berikut adalah hasil uji reliabilitas untuk variabel X yaitu segmentasi geografis, demografis, psikografis,dan perilaku dan variabel Y yaitu volume penjualan busana muslim Ummi Collection menggunakan software SPSS :

Gambar 4.9

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Segmentasi Geografis (X_1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.656	3

Sumber : Data SPSS Penelitian, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan, hasil uji reliabilitas menunjukan bahwa variabel segmentasi geografis mempunyai nilai 0,656 yang berarti bahwa reliable. Karena angka *Cronbach's Alpha*tersebut lebih dari0,600

Gambar 4.10

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Segmentasi Demografis (X_2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.784	3

Sumber : Data SPSS Penelitian, 2017

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan, hasil uji reliabilitas menunjukan bahwa variabel segmentasi demografis mempunyai nilai 0,784 yang berarti bahwa reliable. Karena angka *Cronbach's Alpha*tersebut lebih dari0,600

Gambar 4.11

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Segmentasi Psikografis (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.665	3

Sumber : Data SPSS Penelitian, 2017

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan, hasil uji reliabilitas menunjukan bahwa variabel segmentasi psikografis mempunyai nilai 0,665 yang berarti bahwa reliable. Karena angka *Cronbach's Alpha*tersebut lebih dari 0,600

Gambar 4.12

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Segmentasi Perilaku (X4)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.708	3

Sumber : Data SPSS Penelitian, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan, hasil uji reliabilitas menunjukan bahwa variabel segmentasi perilaku mempunyai nilai 0,708 yang berarti bahwa reliable. Karena angka *Cronbach's Alpha*tersebut lebih dari0,600

Gambar 4.13

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Volume Penjualan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.625	3

Sumber : Data SPSS Penelitian, 2017

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan, hasil uji reliabilitas menunjukan bahwa variabel volume penjualan mempunyai nilai 0,625 yang berarti bahwa reliable. Karena angka *Cronbach's Alpha*tersebut lebih dari 0,600

berdasarkan uji reliabilitas di atas, responden menunjukan kestabilan dan memiliki konsisten dalam menjawab konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi variabel segmentasi geografis (X_1), segmentasi demografis (X_2), segmentasi psikografis (X_3), segmentasi perilaku (X_4), dan volume penjualan (Y)

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk menguji apakah model regresi linear berganda merupakan model yang bagusatau baik, Maka model regresi linear berganda harus memenuhi uji asumsi klasik yang meliputi :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel-variabel yang digunakan memiliki distribusi normal atau tidak. Uji yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji Kolmogorov-Smirnov (K-S).Cara pengambilan keputusan pada uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) :

a. Jika nilai Asymp.Sig. < 0,05 artinya data residual tidak berdistribusi normal.
b. Jika nilai Asymp.Sig.> 0,05 artinya data residual berdistribusi normal.

Berikut adalah hasil pengujian normalitas data dengan menggunakan aplikasi SPSS :

Gambar 4.14
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X1	X2	X3	X4	Y
N		100	100	100	100	100
Normal Parameters[a,b]	Mean	12.41	12.45	12.18	12.02	12.27
	Std. Deviation	1.334	1.351	1.192	1.627	1.490
Most Extreme Differences	Absolute	.201	.230	.250	.175	.162
	Positive	.201	.230	.250	.175	.162
	Negative	-.133	-.130	-.220	-.175	-.158
Test Statistic		.201	.230	.250	.175	.162
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000[c]	.000[c]	.000[c]	.000[c]	.000[c]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Dari hasil output pada gambar diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data tidak berdistribusi normal karena nilai *Asymp.Sig*.semua variabel sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas.Model regresi yang baik

seharusnya bebas dari multikolinieritas. Penelitian ini mendeteksi multikolinieritas dengan cara melihat: (1) nili tolerance dan lawannya (2) variance inflantion factor (VIF). Nilai cutoff yang umum dipakai adalah nilai tolerance lebih dari 0,10 atau VIF dibawah10. Berikut adalah tabel hasil uji multikolinieritas:

Gambar 4.15
Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.508	1.648		-.308	.758		
	X1	.135	.092	.121	1.461	.147	.882	1.133
	X2	.222	.091	.201	2.444	.016	.888	1.126
	X3	.352	.104	.282	3.385	.001	.868	1.153
	X4	.338	.077	.369	4.408	.000	.856	1.168

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada Gambar 4.15, dapat dilihat bahwa VIF hitung dari keempat variabel bebas yaitu 1,133, 1,126, 1,153, dan 1,168 < VIF = 10 dan semua *tolerance* variabel bebas 0,882, 0,888, 0,868, dan 0,856 lebih besar dari 0,10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa antara variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Autokorelasi

Uji ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan penganggu pada periode saat ini dengan kesalahan penggangu pada periode sebelumnya. Uji yang digunakan untuk melihat autokorelasi dalam penelitian ini adalah uji Durbin-Watson (DW test), dengan kriteria sebagai berikut :

1) Terjadi autokorelasi positif jika nilai DW di bawah -2 (DW < -2).

2) Tidak terjadi autokorelasi, jika berada di antara -2 atau +2 atau -2 ≤ DW ≤ +2.

3) Terjadi autokorelasi negatif, jika nilai DW di atas -2 atau DW > -2.

Di bawah ini adalah tabel hasil uji autokorelasi:

Gambar 4.16
Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.655[a]	.430	.405	1.149	1.941

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

b. Dependent Variable: Y

Dari hasil uji autokorelasi pada Gambar 4.16, nilai Durbin-Watson (D-W) yaitu sebesar 1,941. Sementara itu, nilai dl dengan K = 4 dan N = 100 adalah sebesar 1,592. Nilai Durbin-Watson (D-W) = 1,941 terletak di antara -2 dan +2 (-2 ≤ 1,941 ≤ +2). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk melihat ada tidaknya Heteroskedastisitas, penelitian ini mengunakan uji glejer dengan dasar dalam pengambilan keputusan:

1) Tidak terjadi heteroskedastisitas, jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel atau nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

2) Terjadi heteroskedastisitas, jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Berikut adalah hasil pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan aplikasi SPSS :

Gambar 4.17
Uji Hetereskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.137	.917		.149	.882
	Geografis	.083	.051	.175	1.629	.107
	Demografis	-.027	.050	-.058	-.539	.591
	Psikografis	.030	.058	.056	.521	.603
	Perilaku	-.023	.043	-.059	-.544	.588

a. Dependent Variable: RES2

Dari hasil output pada Gambar 4.17, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dari keempat variabel bebas tidak ada gejala heteroskedastisitas atau bersifat homoskedastisitas karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (0,107, 0,591, 0,603, dan 0,558 > 0,05).

4. Uji Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan untuk memprediksi atau menguji pengaruh variabel bebas atau variabel independen terhadap variabel terikat atau variabel dependen.Bila skor variabel bebas diketahui maka skor varibel terikatnya dapat diprediksi besarnya.Analisis regresi juga dapat dilakukan untuk mengetahui linearitas variabel terikat dengan variabel bebasnya.

Dalam penelitian ini, analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, yaitu pengaruh segmentasi geografis,

demografis, psikografis,dan perilaku terhadap volume penjualan busana muslim Ummi Collection.

Berikut adalah hasi uji regresi linear berganda dalam penelitian ini dengan menggunakan SPSS :

Gambar 4.18
Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.508	1.648		-.308	.758
	Geografis	.135	.092	.121	1.461	.037
	Demografis	.222	.091	.201	2.444	.016
	Psikografis	.352	.104	.282	3.385	.001
	Perilaku	.338	.077	.369	4.408	.000

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Berdasarkan Gambar 4.18, pada kolom B nilai Constant (a) adalah sebesar -0,508 , sedangkan nilai koefisien regresisegmentasi geografis (X1) adalah sebesar 0,135, nilai koefisien regresi segmentasi demografis (X2) adalah sebesar 0,222, nilai koefisien regresi segmentasi psikografis (X3) adalah sebesar 0,352, dan nilai koefisien regresi segmentasi perilaku (X4) adalah sebesar 0,338. Dengan demikian, persamaan regresi yang didapatkan adalah sebagai berikut:

$Y = -0,508 + 0,135X1 + 0,222X2 + 0,352X3 + 0,338X4$

Nilai koefisien regresi variabel segmentasi geografis (X1) sebesar 0,135 bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa segmentasi geografis (X1) berpengaruh positif terhadap volume penjualan busana muslim Ummi Collection (Y). Pengaruh positif

diartikan bahwa semakin tinggisegmentasi geografis (X1), semakin tinggi pula volume penjualan busana muslim Ummi Collection (Y).

Nilai koefisien regresi variabel segmentasi demografis (X2) sebesar 0,222 bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa segmentasi demografis (X2)berpengaruh positif terhadap volume penjualan busana muslim Ummi Collection (Y). Pengaruh positif diartikan bahwa semakin tinggisegmentasi demografis (X2), semakin tinggi pula volume penjualan busana muslim Ummi Collection (Y).

Nilai koefisien regresi variabel segmentasi psikografis (X3) sebesar 0,352 bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa segmentasi psikografis (X3)berpengaruh positif terhadap volume penjualan busana muslim Ummi Collection (Y). Pengaruh positif diartikan bahwa semakin tinggisegmentasi psikografis (X3), semakin tinggi pula volume penjualan busana muslim Ummi Collection (Y).

Nilai koefisien regresi variabel segmentasi perilaku (X4) sebesar 0,338 bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa segmentasi perilaku (X4)berpengaruh positif terhadap volume penjualan busana muslim Ummi Collection (Y). Pengaruh positif diartikan bahwa semakin tinggisegmentasi perilaku (X4), semakin tinggi pula volume penjualan busana muslim Ummi Collection (Y).

5. Uji Hipotesa

a. Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji tingkat signifikan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.Dasar pengambilan keputusan dalam uji t parsial yaitu dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0,05. Berikut adalah dasar pengambilan keputusannya :

H_0 : artinya tidak terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Ha : artinya terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Gambar 4.19

Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.508	1.648		-.308	.758
	Geografis	.135	.092	.121	1.461	.037
	Demografis	.222	.091	.201	2.444	.016
	Psikografis	.352	.104	.282	3.385	.001
	Perilaku	.338	.077	.369	4.408	.000

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber : Data SPSS penelitian, 2017

1) Pengaruh Segmentasi Geografis (X_1) Terhadap Volume Penjualan (Y)

H_0 : tidak terdapat pengaruh antara segmentasi geografis terhadap volume penjualan

Ha : terdapat pengaruh antara segmentasi geografis terhadap volume penjualan

Berdasarkan tabel diatas secara parsial didapatkan nilai segmentasi geografis = 1,461 < t tabel 1,985 maka terima H_0 dan tolak H_a yang artinya secara parsial tidak berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap volume penjualan, nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel segmentasi geografis sebesar 0,037. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 (0,037 < 0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa segmentasi geografis secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan busana muslim Ummi Collection.

Nilai koefisien regresi (B) segmentasi geografis 0,135, berarti setiap peningkata sebesar satu satuan, maka volume penjualan akan meningkat 0,135.

2) Pengaruh Segmentasi Demografis (X_2) Terhadap Volume Penjualan (Y)

H_0 : tidak terdapat pengaruh antara segmentasi demografis terhadap volume penjualan

Ha : terdapat pengaruh antara segmentasi demografis terhadap volume penjualan

Berdasarkan tabel diatas secara parsial didapatkan nilai segmentasi demografis = 2,444 > t tabel 1,985 maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya secara parsial berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap volume penjualan, nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel segmentasi demografis sebesar 0,016. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 (0,037 < 0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa segmentasi demografis secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan busana muslim Ummi Collection.

Nilai koefisien regresi (B) segmentasi demografis 0,222, berarti setiap peningkatan sebesar satu satuan, maka volume penjualan akan meningkat 0,222.

3) Pengaruh Segmentasi Psikografis (X_3) Terhadap Volume Penjualan (Y)

H_0 : tidak terdapat pengaruh antara segmentasi Psikografis terhadap volume penjualan

Ha : terdapat pengaruh antara segmentasi psikografis terhadap volume penjualan

Berdasarkan tabel diatas secara parsial didapatkan nilai segmentasi psikografis = 3,385 > t tabel 1,985 maka tolak H_0 dan terima H_a yang artinya secara parsial berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap volume penjualan, nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel segmentasi psikografis sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 (0,000 < 0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa segmentasi psikografis secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan busana muslim Ummi Collection.

Nilai koefisien regresi (B) segmentasi psikografis 0,352, berarti setiap peningkatan sebesar satu satuan, maka volume penjualan akan meningkat 0,352.

4) Pengaruh Segmentasi Perilaku (X_4) Terhadap Volume Penjualan (Y)

H_0 : tidak terdapat pengaruh antara segmentasi perilaku terhadap volume penjualan

Ha : terdapat pengaruh antara segmentasi perilaku terhadap volume penjualan

Berdasarkan tabel diatas secara parsial didapatkan nilai segmentasi perilaku = 4,408 > t tabel 1,985 maka tolak H_0 dan terima H_a yang artinya secara parsial berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap volume penjualan, nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel segmentasi perilaku sebesar 0,037. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 (0,037 < 0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa segmentasi perilaku secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan busana muslim Ummi Collection.

Nilai koefisien regresi (B) segmentasi perilaku 0,338, berarti setiap peningkatan sebesar satu satuan, maka volume penjualan akan meningkat 0.338

b. Uji F

Untuk menguji apakah variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen digunakan uji F. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen.Uji F dilakukan juga untuk mengetahui kelayakan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel}. Kriteria pengambilan keputusan Uji F sebagai berikut :

1) Jika $F_{hitung}>F_{tabel}$ maka hipotesis ditolak. Hal ini berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

2) Jika $F_{hitung}<F_{tabel}$ maka hipotesis diterima. Hal ini berarti variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Berikut adalah tabel *ANOVA* atau hasil pengujian statistik F dengan menggunakan aplikasi SPSS :

Gambar 4.20
Uji Statistik F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	94.367	4	23.592	17.881	.000[b]
	Residual	125.343	95	1.319		
	Total	219.710	99			

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

b. Predictors: (Constant), Perilaku, Geografis, Demografis, Psikografis

Sumber : Data SPSS penelitian, 2017

Dari hasil output pada Gambar 4.20, nilai F_{hitung} yang didapatkan dari model regresi sebesar 17,881. Sedangkan nilai F tabel dengan taraf tingkat signifikansi 5% (α = 0,05) dengan df_1 = k - 1 = 4 - 1= 3 dan df_2 = n – k – 1 = 100 – 4– 1= 95 adalah 2,700 (Perhitungan F_{tabel} menggunakan rumus "FINV" pada Ms. Excel). Sehingga Nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} (17,881>2,700).Maka dapat disimpulkan bahwa Ha diterima. Dengan kata lain, segmentasi geografis, demografis, psikografis,dan perilakusecara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan busana muslim Ummi Collection.

6. Koefisien Determinasi

Analisis koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase pengaruh segmentasi geografis (X_1), segmentasi demografis (X_2), segmentasi psikografis (X_3), segmentasi perilaku (X_4) secara serentak terhadap volume penjualan (Y). Dengan bantuan *software SPSS 16.00 for windows* dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

Gambar 4.21
Uji Koefisien Determinasi secara Simultan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.655[a]	.430	.405	1.149

a. Predictors: (Constant), Perilaku, Geografis, Demografis, Psikografis

Sumber : Data SPSS penelitian,2017

Berdasarkan hasil output pada Gambar 4.21, nilai koefisien determinasi (R^2) variabel segmentasi geografis, demografis, psikografis,dan perilakusecara simultan terhadap volume penjualan busana muslim Ummi Collectionadalah sebesar 0,430 x 100% = 43%. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa determinasi variabel segmentasi geografis, demografis, psikografis,dan perilakusecara simultan mampu menerangkan variabelvolume penjualan busana muslim Ummi Collectionsebesar 43%. Angka tersebut mengisyaratkan bahwa variabel volume penjualan busana muslim Ummi Collection dipengaruhi oleh faktor lain sebesar 57%.