

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Perusahaan

1.1 Sejarah Perusahaan

Suzuya berasal dari bahasa Jepang yang artinya “kayu gemerincing”. Pertama berdirinya pada tahun 1983 dengan kios kecil seluas 77.5 m² dengan nama “Suzuya Boutique”. Seiring berjalannya waktu, luas yang awalnya hanya 77.5 m² berkembang menjadi 180 m² dengan nama toko yang baru yaitu “Suzuya Fashion”. Pada tahun 1986 toko tersebut terbakar habis lalu pada tahun 1988 dibuka kembali dengan luas 900 m² dengan nama yang baru yaitu “Suzuya Department Store”. Pada tahun 2007 Suzuya Department Store terus berkembang, lalu nama Suzuya Department Store di ubah lagi menjadi “Suzuya Group” dengan lahan yang lebih luas. Suzuya Group memiliki enam (6) unit bisnis yang saling bersinergi, yaitu:

- 1) Department Store
- 2) Supermarket
- 3) Super Store
- 4) Fashion Outlet (Romp)
- 5) Furniture Plaza
- 6) Hotel dan Restaurant Outlet

Suzuya saat ini sudah berjumlah 26 buah dan tersebar di 8 kota, yaitu:

Medan, Tanjung Morawa, Binjai, Pematang Siantar, Rantau Prapat, Pekanbaru, Padang, Lhokseumawe dan Banda Aceh. Saat ini Suzuya Group sudah menjadi pemimpin Ritel lokal di Sumatera, dengan memiliki 9 unit bisnis, 26 outlet di 8 kota, 2.000 lebih karyawan, 20.000 m² lebih bahan Ritel, 50.000 lebih jenis produk yang di jual dan 300.000 lebih pelanggan yang terdaftar. Nilai-nilai perusahaan Suzuya Group menjunjung tinggi integritas, profesionalitas, kerja sama tim, inovatif, hemat dan cermat.

1.2 Visi Misi Perusahaan

Adapun visi dari PT. Suriatama Mahkota Kencana atau Suzuya Group adalah sebagai berikut :

Menjadi retail terbaik dalam Lingkungan Kerja yang berorientasi pada pelanggan dalam memberikan solusi kepada pelanggan dan menjadi perusahaan retail peringkat 1 di Indonesia tahun 2030

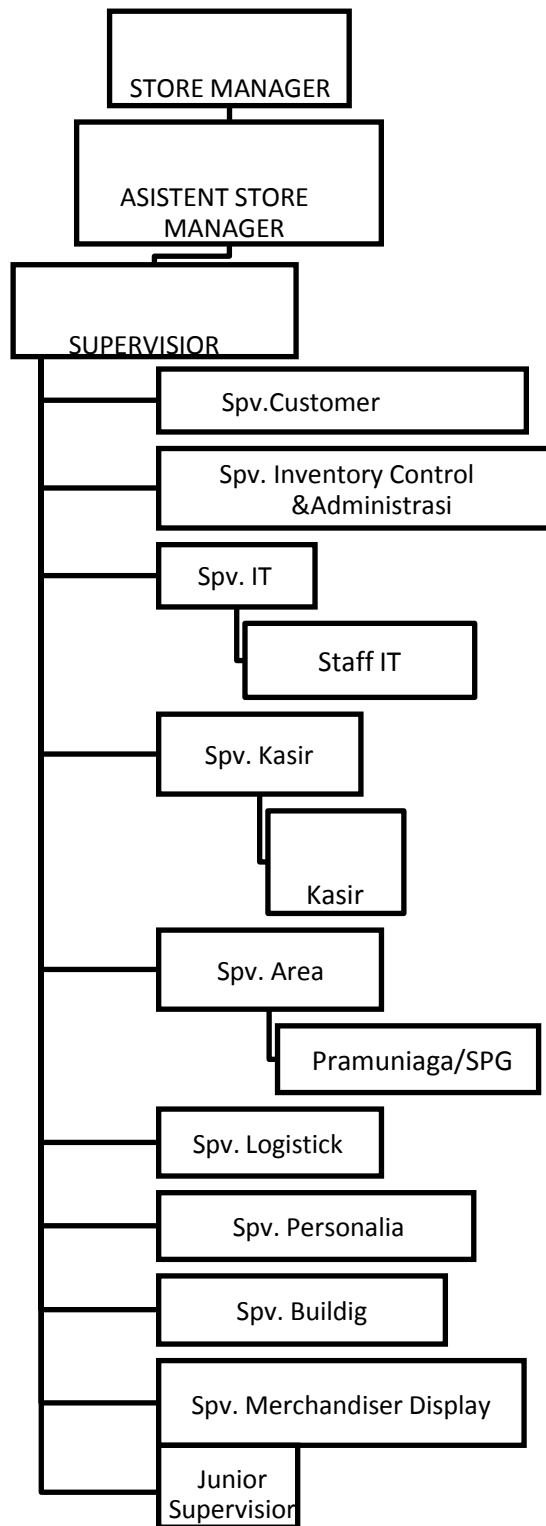
Misi dari PT. Suriatama Mahkota Kencana atau Suzuya Group adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan layanan terbaik kepada pelanggan
- b. Prioritas utama adalah menjaga kepuasan pelanggan
- c. Menjaga loyalitas pelanggan
- d. Membangun jaringan retail sedekat mungkin dengan pelanggan
- e. Membangun rasa memiliki karyawan dengan melakukan pengembangan dan peningkatan kesejahteraan
- f. Menjadikan perusahaan yang dinamis, terpercaya, dan disukai masyarakat

- g. Menyediakan produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan Aspek yang harus dimiliki Suzuya untuk menjadi unggul adalah:
- h. Mindset profesional grooming
- i. Attitude
- j. Fokus pada customer oriented
- k. Product knowledge

1.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan wadah bagi sekelompok yang bekerja sama dalam usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Struktur organisasi menyediakan pengadaan personil yang memegang jabatan tertentu dimana masing-masing diberi tugas, wewenang dan tanggung jawab sesuai jabatannya. Berikut ini gambaran struktur organisasi Suzuya Mall Ramtauprapat.



Gambar 4. 1

Struktur Organisasi PT. Suriatama Mahkota Kencana

1.4 Job Discription

Adapun *Job Discription* dari setiap bagian organisasi adalah sebagai berikut :

1. Store Manager

Store manager adalah seseorang yang bertanggung jawab penuh atas kondisi seluruh toko dan para staf yang berada didalamnya. Seorang *store manager* mempunyai tugas dan tanggung jawab seperti merekrutment pegawai, memotivasi pegawai, mencapai target penjualan, menjaga toko tetap kondusif, memperhatikan tata letak *display* barang, menjamin tidak ada produk yang “*out of stock*”.

2. Assistant Store Manager

Assistant store manager bertugas untuk membantu store manager dalam menjalankan semua kegiatan operasional didalam perusahaan. Apabila *store manager* sedang tidak berada ditempat atau sedang dinas keluar, maka assistant store manager lah yang menggantikan posisi store manager untuk sementara.

3. Supervisor

Supervisor adalah seseorang yang diberi wewenang atau mempunyai jabatan untuk mengawasi, mengarahkan dan bertanggung jawab atas pekerjaan bawahannya. *Supervisor* bertugas membuat *job desc* untuk para staf di bawahnya, membuat jadwal kegiatan, melaksanakan

briefing dengan para bawahannya, menentukan pekerjaan apa saja yang akan dilakukan dalam waktu jangka pendek maupun jangka panjang, mengontrol dan memberikan evaluasi terhadap kinerja bawahannya, dan menegakkan aturan yang telah dibuat oleh perusahaan agar tercipta kedisiplinan kerja. Supervisor dibagi dalam beberapa pembagian, yaitu :*Supervisor Customer Service* yaitu seseorang yang mempunyai wewenang di dalam setiap kegiatan yang ditujukan untuk memberi kepuasan melalui Lingkungan Kerja yang diberikan seseorang kepada pelanggan dalam menyelesaikan masalah dengan memuaskan. Lingkungan Kerja yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi pelanggan.

- a. *Supervisor Inventory Control & Administrasi* yaitu seseorang yang berwenang untuk mengontrol pengendalian persediaan seperti mengecek berapa jumlah fisik persediaan yang tersedia di supermarket.
- b. *Supervisor IT* yaitu seseorang yang bertanggung jawab untuk mengelola pekerjaan mengenai teknologi informasi dalam operasional sehari-hari dalam lingkungan perusahaan.
- c. *Supervisor Kasir* yaitu seseorang yang membantu pelanggan dalam memberikan informasi mengenai suatu produk, melakukan pencatatan atas semua transaksi, melakukan pengecekan atas jumlah barang pada saat penerimaan barang, dan melakukan pencatatan kas fisik serta melakukan pelaporan kepada atasan.

- d. *Supervisor Area* yaitu anggota dari kepemimpinan toko yang bertanggung jawab untuk area tertentu yang ditetapkan di store serta operasi umum dan pengawasan store. *Supervisor* area juga bertanggung jawab untuk membuka dan menutup store, mengawasi bawahannya, dan memelihara lingkungan ramah dan mudah berbelanja, *supervisor* area juga harus bertanggung jawab untuk melaksanakan dan mengawasi proses operasional perusahaan yang sesuai dengan kebutuhan.
- e. *Supervisor Logistick* harus bertanggung jawab atas kegiatan penyimpanan dan distribusi barang, mengkordinir dan memonitor pelaksanaan penerimaan, penataan, pengiriman, dan muat barang. Mengkoordinasi team logistik dan membuat laporan yang berkaitan dengan aktifitas kerja. Lalu harus melakukan pengecekan rutin terhadap perlengkapan, jumlah, kondisi barang yang ada di dalam gudang. Bertanggung jawab terhadap penyimpanan file-file di team logistik, memberi pengarahan dan melatih staff gudang agar dapat bekerja dengan baik, dan yang terakhir adalah mengawasi, mengontrol dan mendisiplinkan karyawan gudang.
- f. *Supervisor Personalia* adalah seseorang yang bertanggung jawab dalam mengelola sumber daya manusia di dalam perusahaan yang berkaitan dengan hal administratif yang mengatur hubungan industrial antara perusahaan dan karyawan. Pengelolaan dari fungsi *supervisor personalia* ini antara lain bertanggung jawab terhadap

- employee database (database karyawan), payroll (penggajian) dan pembayaran benefit lainnya. Termasuk di dalamnya pinjaman karyawan, absensi, pencatatan cuti tahunan, filling dokumen dan rekrutmen.
- g. *Supervisor Building* yaitu bertanggung jawab memastikan fasilitas gedung agar tetap berjalan dengan normal serta efisien tanpa ada gangguan, melakukan kontrol atas pemeliharaan peralatan seperti: AC, listrik, genset, dan lain-lain, lalu mengawasi semua pekerjaan tambahan/ renovasi/ pemeliharaan seluruh infrastruktur perusahaan, dan membuat sketsa gambar dan membuat rencana anggaran biaya (RAB) untuk pembuatan bangunan atau gedung baru.
- h. *Supervisor Merchandiser Display (MD)* adalah salahsatu bagian dari team promosi yang bertugas mendisplay atau memajang produk di etalase toko dengan baik. Supervisor MD juga bertugas untuk memasang alat promosi produk seperti stiker, spanduk, banner dan lainnya sebagai bentuk promosi, dan memberikan informasi tentang produk baru.
- i. *Junior Supervisor*
- Junior Supervisor* bertugas untuk membantu supervisor dalam menjalankan tugasnya. Junior Supervisor juga mempunyai beberapa bagian.
- j. Pelaksana
- Pelaksana adalah semua orang yang melakukan tugasnya

masingmasing dan bertanggung jawab atas pekerjaannya. Pelaksana juga ada beberapa bagian:

1. Supervisor Customer Service.

Pelaksananya adalah:

- a) Visual MD
- b) Customer Service
- c) Audio Informasi
- d) Penitipan Barang

2. Supervisor Inventory Control & Administrasi, yaitu:

- a) Inventory Control
- b) Administrasi

3. Supervisor IT, yaitu:

- a) Staff IT

4. Supervisor Kasir, adalah:

- a) Kasir
- b) Bagger

5. Supervisor Area, yaitu:

- a) Pramuniaga
- b) Sales Promotion Girl (SPG)

6. Supervisor Logistick, yaitu:

- a) Administrasi Receiving
- b) Checker
- c) Operator Label
- d) Operator Barang Cacat

7. Supervisor Personalia

- a) Administrasi Personnel
- b) Security
- c) Humas
- d) Cleaning Service
- e) Satpam
- f) Teknisi

8. Supervisor Building, yaitu:

- a) Satpam
- b) Cleaning Service
- c) Teknisi

9. Supervisor MD, yaitu:

- a) Administrasi Md

1.5 Hasil Deskriptif

1.5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
25 tahun ke bawah	40	41,6%
25 tahun ke atas	56	58,4%
Total	96 orang	100%

Sumber: Data primer diolah 2023

Berdasarkan karakteristik responden berdasarkan usia, responden yang berusia 25 tahun ke bawah sebanyak 40 orang dengan presentase sebesar 41,6%, dan responden yang berusia 25 tahun ke atas sebanyak 56 orang dengan presentase sebesar 58,4%.

1.5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini :

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	26	27,1%
Perempuan	70	72,9%
Total	96 Orang	100%

Sumber: Data primer diolah 2023

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden pada tabel diatas, terlihat bahwa responden laki-laki sebanyak 26 orang dengan presentase sebesar 27,1% dan responden perempuan yaitu sebanyak 70 orang dengan presentasi sebesar 72,9%.

1.6 Hasil Deskriptif Variabel Penelitian

1.6.1 Deskriptif Ketersediaan Produk

Indikator dari variabel ini terdiri dari 5 item pernyataan, dimana jawaban dari pernyataan tersebut dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

Tabel 4.3
Deskriptif Ketersediaan Produk

No.	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	45	46.9	45	46.9	6	6.3	0	0	0	0	96	100
X1.2	41	42.7	49	51.0	6	6.3	0	0	0	0	96	100
X1.3	37	38.5	53	55.2	6	6.3	0	0	0	0	96	100
X1.4	46	47.9	44	45.8	6	6.3	0	0	0	0	96	100
X1.5	34	35.4	56	58.3	6	6.3	0	0	0	0	96	100

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

1. Item pernyataan X1.1 menunjukkan jawaban tentang “Produk yang dijual di Suzuya Mall lengkap dan beragam”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 45 responden (46.9%), setuju 45 responden (46.9%), dan kurang setuju 6 responden (6.3%).
2. Item pernyataan X1.2 menunjukkan jawaban tentang “Berbagai macam pilihan merek dijual di Suzuya Mall”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 41 responden (42.7%), setuju 49 responden (51.0%), dan kurang setuju 6 responden (6.3%).
3. Item pernyataan X1.3 menunjukkan jawaban tentang “Dalam satu produk terdapat bermacam variasi yang dijual di Suzuya Mall”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 37 responden (38.5%), setuju 53 responden (55.2%), dan kurang setuju 6 responden (6.3%).
4. Item pernyataan X1.4 menunjukkan jawaban tentang “Produk yang dijual di Suzuya Mall selalu tersedia”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 46 responden (47.9%), setuju 44 responden (45.8%), dan kurang setuju 6 responden (6.3%).

5. Item pernyataan X1.5 menunjukkan jawaban tentang “Saya melakukan pembelian karena stok pada Suzuya Mall lengkap di bandingkan di tempat yang sama jenis”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 34 responden (35.4%), setuju 56 responden (58.3%), dan kurang setuju 6 responden (6.3%).

1.6.2 Deskriptif Variabel Harga

Indikator dari variabel ini terdiri dari 5 item pernyataan, dimana jawaban dari pernyataan tersebut dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

Tabel 4.4
Deskriptif Harga

No.	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	38	39.6	52	54.2	6	6.3	0	0	0	0	96	100
X2.2	55	57.3	32	33.3	9	9.4	0	0	0	0	96	100
X2.3	37	38.5	53	55.2	6	6.3	0	0	0	0	96	100
X2.4	39	40.6	41	42.7	16	16.7	0	0	0	0	96	100
X2.5	41	42.7	37	38.5	18	18.8	0	0	0	0	96	100

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

- Item pernyataan X2.1 menunjukkan jawaban tentang “Saya merasa harga produk di Suzuya Mall terjangkau”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 38 responden (39.6%), setuju 52 responden (54.2%), dan kurang setuju 6 responden (6.3%).
- Item pernyataan X2.2 menunjukkan jawaban tentang “Saya merasa harga produk di Suzuya Mall sesuai dengan yang diinginkan”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 55 responden (57.3%), setuju 32 responden (33.3%), dan kurang setuju 9 responden (9.4%).

3. Item pernyataan X2.3 menunjukkan jawaban tentang “Saya merasa harga produk di Suzuya Mall sesuai dengan produk yang ditawarkan”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 37 responden (38.5%), setuju 53 responden (55.2%), dan kurang setuju 6 responden (6.3%).
4. Item pernyataan X2.4 menunjukkan jawaban tentang “Suzuya Mall menawarkan harga yang lebih murah dibanding pesaing”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 39 responden (40.6%), setuju 41 responden (42.7%), dan kurang setuju sebanyak 16 responden (16.7%).
5. Item pernyataan X2.5 menunjukkan jawaban tentang “Saya merasa harga produk di Suzuya Mall sesuai dengan manfaat yang Saya rasakan”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 41 responden (42.7%), setuju 37 responden (38.5%) dan kurang setuju sebanyak 18 responden (18.8%).

1.6.3 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan

Indikator dari variabel ini terdiri dari 5 item pernyataan, dimana jawaban dari pernyataan tersebut dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

Tabel 4.5
Deskriptif Kualitas Pelayanan

No.	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X3.1	27	28.1	61	63.5	8	8.3	0	0	0	0	96	100
X3.2	36	37.5	48	50.0	12	12.5	0	0	0	0	96	100
X3.3	41	42.7	42	43.8	13	13.5	0	0	0	0	96	100
X3.4	50	52.1	40	41.7	6	6.3	0	0	0	0	96	100
X3.5	45	46.9	43	44.8	8	8.3	0	0	0	0	96	100

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

1. Item pernyataan X3.1 menunjukkan jawaban tentang “Karyawan Suzuya Mall memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen.”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 27 responden (28.1%), setuju 61 responden (63.5%) dan kurang setuju sebanyak 8 responden (8.3%).
2. Item pernyataan X3.2 menunjukkan jawaban tentang “Karyawan Suzuya Mall selalu merespon keluhan konsumen dengan cepat”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 36 responden (37.5%), setuju 48 responden (50.0%) dan kurang setuju sebanyak 12 responden (12.5%).
3. Item pernyataan X3.3 menunjukkan jawaban tentang “Karyawan Suzuya Mall bersikap sopan dan ramah”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 41 responden (42.7%), setuju 42 responden (43.8%) dan kurang setuju sebanyak 13 responden (13.5%).
4. Item pernyataan X3.4 menunjukkan jawaban tentang “Karyawan Suzuya Mall memberikan informasi secara jelas dan mudah dipahami.”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 50 responden (52.1%), setuju 40 responden (41.7%) dan kurang setuju sebanyak 6 responden (6.3%).
5. Item pernyataan X3.5 menunjukkan jawaban tentang “Karyawan Suzuya Mall memberikan perhatian khusus kepada konsumen.”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 45 responden (46.9%),

setuju 43 responden (44.8%) dan kurang setuju sebanyak 8 responden (8.3%).

1.6.4 Deskriptif Variabel Store Atmosphere

Indikator dari variabel ini terdiri dari 5 item pernyataan, dimana jawaban dari pernyataan tersebut dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

Tabel 4.6
Deskriptif Store Atmosphere

No.	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X4.1	26	27.1	65	67.7	3	3.1	2	2.1	0	0	96	100
X4.2	34	35.4	56	58.3	6	6.3	0	0	0	0	96	100
X4.3	43	44.8	47	49.0	6	6.3	0	0	0	0	96	100
X4.4	51	53.1	36	37.5	9	9.4	0	0	0	0	96	100
X4.5	43	44.8	48	50.0	5	5.2	0	0	0	0	96	100

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

1. Item pernyataan X4.1 menunjukkan jawaban tentang “Saya nyaman berbelanja di Suzuya Mall karena kondisi ruangan yang bersih”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 26 responden (27.1%), setuju 65 responden (67.7%), kurang setuju sebanyak 3 responden (3.1%) dan tidak setuju 2 responden (2.1%).
2. Item pernyataan X4.2 menunjukkan jawaban tentang “Jumlah kasir dan penempatan lokasi kasir memudahkan saya untuk melakukan Pembayaran”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 34 responden (35.4%), setuju 56 responden (58.3%), dan kurang setuju sebanyak 6 responden (6.3%).

3. Item pernyataan X4.3 menunjukkan jawaban tentang “Saya nyaman berbelanja di Suzuya Mall karena pencahayaan yang terang”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 43 responden (44.8%), setuju 47 responden (49.0%), dan kurang setuju sebanyak 6 responden (6.3%).
4. Item pernyataan X4.4 menunjukkan jawaban tentang “Pintu masuk yang lebar dan dengan penempatan yang tepat memudahkan saya masuk ke Suzuya Mall”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 51 responden (53.1%), setuju 36 responden (37.5%), dan kurang setuju sebanyak 9 responden (9.4%).
5. Item pernyataan X4.5 menunjukkan jawaban tentang “Tampilan luar yang menarik membuat saya tertarik berbelanja di Suzuya Mall”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 43 responden (44.8%), setuju 48 responden (50.0%), dan kurang setuju sebanyak 5 responden (5.2%).

1.6.5 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian

Indikator dari variabel ini terdiri dari 5 item pernyataan, dimana jawaban dari pernyataan tersebut dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

Tabel 4.7
Deskriptif Keputusan Pembelian

No.	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y1	45	46.9	45	46.9	6	6.3	0	0	0	0	96	100
Y2	41	42.7	49	51.0	6	6.3	0	0	0	0	96	100
Y3	37	38.5	53	55.2	6	6.3	0	0	0	0	96	100
Y4	46	47.9	44	45.8	6	6.3	0	0	0	0	96	100
Y5	34	35.4	56	58.3	6	6.3	0	0	0	0	96	100

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

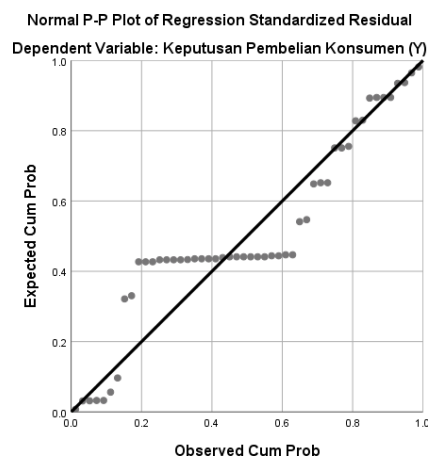
1. Item pernyataan Y1 menunjukkan jawaban tentang “Saya melakukan pembelian produk di Suzuya Mall sesuai dengan barang yang saya perlukan”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 45 responden (46.9%), setuju 45 responden (46.9%), dan kurang setuju sebanyak 6 responden (6.3%).
2. Item pernyataan Y2 menunjukkan jawaban tentang “Saya melakukan pembelian produk di Suzuya Mall sesuai dengan merek yang saya cari”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 41 responden (42.7%), setuju 49 responden (51.0%), dan kurang setuju sebanyak 6 responden (6.3%).
3. Item pernyataan Y3 menunjukkan jawaban tentang “Suzuya Mall menyediakan jumlah barang yang akan saya beli”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 37 responden (38.5%), setuju 53 responden (55.2%), dan kurang setuju sebanyak 6 responden (6.3%).
4. Item pernyataan Y4 menunjukkan jawaban tentang “Saya dapat melakukan pembelian di Suzuya Mall sesuai waktu yang ada karena dapat membeli secara online”. Responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 46 responden (47.9%), setuju 44 responden (45.8%), dan kurang setuju sebanyak 6 responden (6.3%).
5. Item pernyataan Y5 menunjukkan jawaban tentang “Suzuya Mall menyediakan metode pembayaran secara online”. Responden

memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 34 responden (35.4%), setuju 56 responden (58.3%), dan kurang setuju sebanyak 6 responden (6.3%).

1.7 Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik

1.7.1 Hasil Uji Normalitas

Pengujian asumsi normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016:160).



Gambar 4.2

Uji Normalitas

Dari gambar grafik *Normal P-P Plot of Regressized Residual* menggambarkan penyebaran data di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis tersebut, maka dapat dikatakan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi syarat normalitas.

1.7.2 Hasil Uji Multikolineritas

Menurut Ghazali (2016:105) menyatakan bahwa uji asumsi klasik Multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Pengujian ini untuk mendeteksi ada tidaknya multikolineritas dalam model regresi berganda dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai *tolerance* diatas 0,1 dan VIF dibawah 10 maka model tersebut bebas dari multikolineritas (Ghozali, 2016:106).

Tabel 4.8
Uji Multikolineritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.000	.178		-.003	.998		
	KETERSEDIAAN PRODUK (X1)	.001	.014	.001	5.044	.002	.258	3.883
	HARGA (X2)	.024	.015	.024	8.549	.020	.215	4.645
	KUALITAS PELAYANAN (X3)	.009	.011	.009	6.795	.008	.442	2.262
	STORE ATMOSPHERE (X4)	.441	.008	.970	7.264	.000	.157	6.381

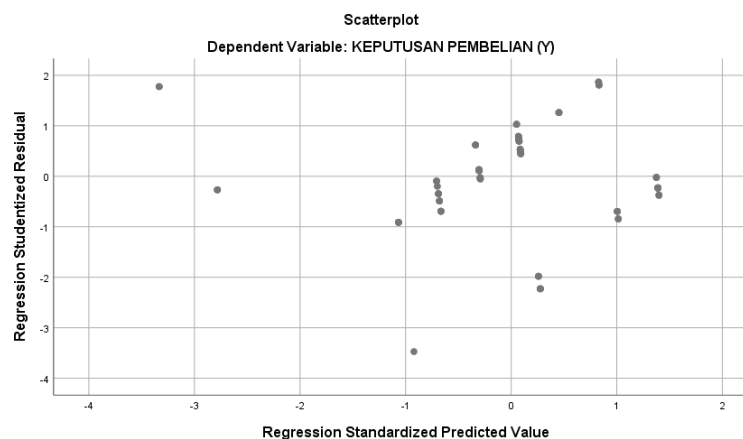
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10 dan nilai tolerance semua variabel berada diatas 0,10. Hal ini berarti bahwa variabel-

variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, yang berarti bahwa semua variabel tersebut dapat digunakan sebagai variabel yang saling independen.

1.7.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. (Imam Ghozali, 2011: 139-143)



Gambar 4.3
Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar grafik *Scatterplot* yang di tampilkan untuk uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola yang jelas. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah (heteroskedastisitas) terhadap model regresi sehingga model ini dapat digunakan dalam menganalisis.

1.8 Hasil Analisis Regresi

1.8.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model analisis regresi linier berganda dan merupakan penelitian *two-tail* dengan tingkat signifikansi (α) 0,05. Perhitungan model regresi linier berganda dilakukan dengan bantuan SPSS 25.

Tabel 4.9
Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.000	.178		-.003	.998		
	KETERSEDIAAN PRODUK (X1)	.001	.014	.001	5.044	.002	.258	3.883
	HARGA (X2)	.024	.015	.024	8.549	.020	.215	4.645
	KUALITAS PELAYANAN (X3)	.009	.011	.009	6.795	.008	.442	2.262
	STORE ATMOSPHERE (X4)	.441	.008	.970	7.264	.000	.157	6.381

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut : $Y = 0,178 + 0,014 X_1 + 0,015 X_2 + 0,011 X_3 + 0,008 X_4$. Dari persamaan regresi linier berganda diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Konstanta (a)

Ini berarti jika semua variabel bebas memiliki nilai nol (0) maka nilai variabel terikat (Y) sebesar 0,178.

2. (X1) terhadap (Y)

Nilai koefisien untuk variabel X1 berpengaruh positif terhadap Y dengan nilai koefisien sebesar 0,014. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan satu satuan maka variabel (Y) akan naik sebesar 0,014 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

3. (X2) terhadap (Y)

Nilai koefisien untuk variabel X2 berpengaruh positif terhadap Y dengan nilai koefisien sebesar 0,015. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan satu satuan maka variabel (Y) akan naik sebesar 0,015 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

4. (X3) terhadap (Y)

Nilai koefisien untuk variabel X3 berpengaruh positif terhadap Y dengan nilai koefisien sebesar 0,011. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan satu satuan maka variabel (Y) akan naik sebesar 0,011 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

5. (X4) terhadap (Y)

Nilai koefisien untuk variabel X4 berpengaruh positif terhadap Y dengan nilai koefisien sebesar 0,008. Hal ini mengandung arti bahwa

setiap kenaikan satu satuan maka variabel (Y) akan naik sebesar 0,008 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

1.8.2 Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji secara individu atau parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil Uji t didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.10
Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.000	.178		-.003	.000		
KETERSEDIAAN PRODUK (X1)	.001	.014	.001	5.044	.002	.258	3.883
HARGA (X2)	.024	.015	.024	8.549	.020	.215	4.645
KUALITAS PELAYANAN (X3)	.009	.011	.009	6.795	.008	.442	2.262
STORE ATMOSPHERE (X4)	.441	.008	.970	7.264	.000	.157	6.381

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Pada tabel diatas menunjukkan hasil dari dua uji yaitu bahwa hasil Uji t dengan taraf signifikan 0,05 Kemudian uji t terbukti bahwa :

1. Pengaruh Variabel (X1) terhadap (Y) atau H1

Terlihat pada kolom *Coefficients* terdapat nilai sig 0,002 < 0,005 dan t hitung 5,044 > t tabel 2,012 maka H1 diterima dan H0 ditolak. Variabel

X1 dapat disimpulkan bahwa variabel X1 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X1 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan X1 memiliki pengaruh signifikan terhadap Y yang mana secara parsial diterima.

2. Pengaruh Variabel (X2) terhadap (Y) atau H2

Terlihat pada kolom *Coefficients* terdapat nilai sig $0,020 < 0,005$ dan t hitung $8,549 < t$ tabel $2,012$ maka H2 diterima dan H0 ditolak. Variabel X2 dapat disimpulkan bahwa variabel X2 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X2 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan X2 memiliki pengaruh signifikan terhadap Y yang mana secara parsial diterima.

3. Pengaruh Variabel (X3) terhadap (Y) atau H3

Terlihat pada kolom *Coefficients* terdapat nilai sig $0,008 < 0,005$ dan t hitung $6,795 > t$ tabel $2,012$ maka H3 diterima dan H0 ditolak. Variabel X3 dapat disimpulkan bahwa variabel X3 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X3 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan X3 memiliki pengaruh signifikan terhadap Y yang mana secara parsial diterima.

4. Pengaruh Variabel (X4) terhadap (Y) atau H4

Terlihat pada kolom *Coefficients* terdapat nilai sig $0,000 < 0,005$ dan t hitung $7,264 > t$ tabel $2,012$ maka H4 diterima dan H0 ditolak.

Variabel X4 dapat disimpulkan bahwa variabel X4 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X4 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan X4 memiliki pengaruh signifikan terhadap Y yang mana secara parsial diterima.

1.8.3 Uji F (Simultan)

Uji F dalam model ini digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji F didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.11
Uji F

ANOVA ^a		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	545.244	4	136.311	47.047	.000 ^b
	Residual	2.590	91	.028		
	Total	547.833	95			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

b. Predictors: (Constant), STORE ATMOSPHERE (X4), KUALITAS PELAYANAN (X3), KETERSEDIAAN PRODUK (X1), HARGA (X2)

Dari tabel diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 47,047 dengan nilai probabilitas (sig) = 0,000. Nilai F_{hitung} (47,047) > F_{tabel} (3,191), dan nilai sig . lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai sig 0,000 < 0,05; maka H_5 diterima dan H_0 ditolak, disimpulkan X1, X2, X3, dan X4 mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) dan secara signifikan terhadap Y yang mana secara simultan diterima.

1.8.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar varian dari variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Dalam hal ini untuk mengukur pengaruh X1, X2, X3, dan X4 terhadap Y.

Tabel 4.12
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.998 ^a	.995	.995	.169

a. Predictors: (Constant), STORE ATMOSPHERE (X4), KUALITAS PELAYANAN (X3), KETERSEDIAAN PRODUK (X1), HARGA (X2)

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Berdasarkan tabel diatas hasil perhitungan untuk nilai R^2 diperoleh dalam analisis regresi berganda diperoleh nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,995. Hal ini berarti bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sebesar 99,5%, sedangkan sisanya sebesar 1,5% dapat dijelaskan variabel lain diluar penelitian ini.

B Pembahasan

1. Pengaruh Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji hipotesis didapatkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Konsumen dalam melakukan pembelian ditentukan dengan kualitas produk. Dimana dalam menjalankan suatu usaha yang harus diperhatikan yaitu kualitas produk yang baik, agar suatu usaha dapat bertahan dalam menghadapi persaingan dan harus

perlu terus meningkatkan kualitas produknya. Jika kualitas produk yang ditawarkan bagus dan berkualitas baik maka konsumen akan tertarik untuk melakukan pembelian. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sagarawanti (2018) dengan judul pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji hipotesis didapatkan hasil bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga merupakan satuan ukuran yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa. Konsumen sering menggunakan harga sebagai indikator yang dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas pemakaian barang atau jasa tersebut. Responden memandang bahwa harga merupakan pertimbangan utama dalam melakukan keputusan pembelian. Pembeli selalu menginginkan harga yang murah, agar dengan uang yang dimilikinya dapat memperoleh barang yang diinginkan. Hal ini berarti harga yang terjangkau membuat konsumen menganggap produk yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan konsumen untuk melakukan pembelian. Hasil ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Lotulung *et al* dengan judul pengaruh kualitas produk, harga dan wom (word of mouth) terhadap keputusan pembelian. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Karena menurut konsumen, kualitas pelayanan yang diberikan dinilai sudah baik sehingga banyak konsumen yang merasa senang dan memberikan nilai yang positif dari konsumen. Sehingga semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin meningkat konsumen dalam melakukan pembelian. Hasil ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Lagautu *et al* (2019) dengan judul Pengaruh citra perusahaan, kualitas pelayanan dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian diperoleh hasil bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan melalui penataan dan desain ruangan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, dapat memberikan ketertarikan konsumen untuk mengunjungi *store* tersebut. Kenyamanan dan rasa menyenangkan didalam *store* dapat memicu konsumen untuk melakukan pembelian. Karena dengan adanya *store atmosphere* yang memberikan kenyamanan bagi konsumen, maka dapat memicu untuk melakukan pembelian. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri *et al* (2014) dengan judul Pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan.