

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Obyek Penelitian

1. Sejarah Toko AND1 SPORT Kudus

Toko AND1 SPORT merupakan salah satu toko olahraga di kota Kudus yang kehadirannya dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memperoleh alat-alat olahraga yang dibutuhkan. Dalam Toko ini untuk menciptakan keputusan pembelian pada konsumen sangatlah penting. Keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen berbeda antara individu satu dengan individu lainnya sehingga mengharuskan Toko AND1 SPORT untuk selalu dapat meningkatkan kelengkapan produk, kualitas produk, harga terjangkau, dan lokasi yang strategis.

Toko AND1 SPORT Kudus didirikan oleh Bapak Mustaqim (alm). Beliau memulai usahanya pada tahun 2006. Saat itu beliau membuka usaha di ruang tamu rumahnya di desa Malti Lor Kota Kudus. Produk yang dijual saat itu hanya 1 jenis yaitu sepatu. Beliau dibantu dengan kedua putranya yang melayani pembeli yang datang. Alasan beliau menjual sepatu karena beliau sendiri adalah pemain dan pelatih sepak bola ternama di Kudus dan kedua putranya juga pemain sekaligus pelatih di Kudus.

Setelah 7 bulan berjalan, beliau memutuskan untuk membuka toko disamping rumahnya. Saat itu beliau sudah mempunyai 3 karyawan, namun pada tahun 2016 beliau menghembuskan nafas terakhirnya pada bulan agustus. Dan toko AND1 SPORT Kudus kini dikelola oleh putra sulungnya Bapak Andick Chaerrozi dibantu dengan Bapak Arif Setiawan putra kedua Bapak Mustaqim (alm). Dan pada tahun 2017 toko AND1 SPORT Kudus pindah lagi di dekat toko yang lama.

2. Lokasi

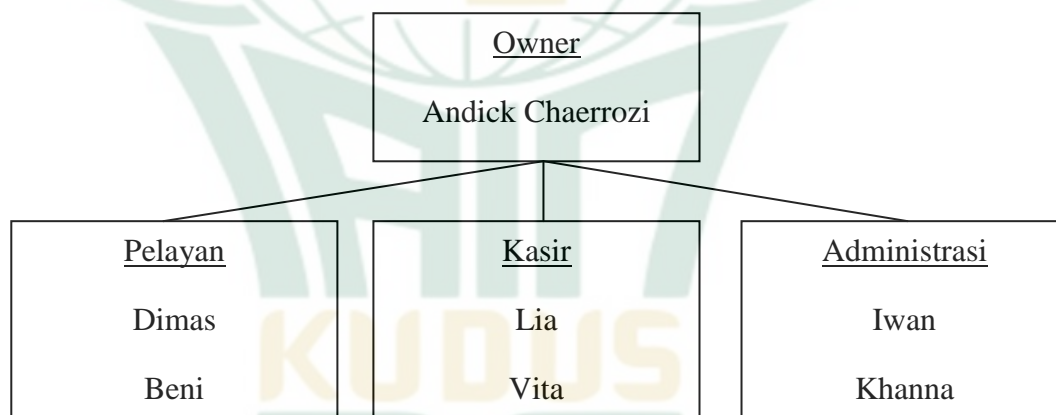
Toko AND1 SPORT Kudus terletak di Jl. Pramuka, Gang Tanggul, RT 5 RW 3, Mlati Lor, Kota Kudus, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah. Sekitar 1 kilo meter dari alun-alun Kudus.

3. Struktur Organisasi

Dalam menjalankan kegiatan usaha setiap perusahaan tidak dapat bekerja perorangan. Akan tetapi perlu diadakan pembagian kerja yang tersusun dalam struktur organisasi. Hal ini dimaksud agar masing-masing individu dapat lebih jelas menjalankan tugasnya dan mencapai tujuan yang diharapkan, adapun strukur organisasi Toko AND1 SPORT Kudus yaitu sebagai berikut :

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Toko AND1 SPORT Kudus



Toko AND1 Sport Kudus mempunyai tiga posisi pekerjaan yang di duduki oleh 6 orang karyawan. Pelayan bertugas melayani dan juga mengarahkan pembeli ketika datang yang dilakukan oleh Dimas dan Beni. Bagian kasir bertugas menjalankan proses penjualan dan pembayaran yang dilakukan oleh Lia dan Vita. Sementara bagian administrasi bertugas untuk menginput data penjualan yang dilakukan kasir dan membuat laporan persediaan barang juga laporan keuangan. Tugas tersebut

dilakukan oleh Iwan dan Khanna. Bapak Andick Chaerrozi sebagai owner hanya memantau kondisi toko dan laporan keuangan.

4. Produk

Toko AND1 SPORT Kudus menjual berbagai macam sepatu dan perlengkapan olahraga, diantaranya :

a. Sepatu Sepak Bola

- Specs
- Nike
- Adidas
- Mitre
- Mizuno
- Puma
- Calci
- Lotto

b. Sepatu Futsal

- Specs
- Nike
- Adidas
- Mitre
- Mizuno
- Puma
- Nobleman
- Lotto
- 2beat
- League
- Legas

c. Sepatu Lari

- Specs
- Nike
- Adidas

- Puma
 - Piero
 - Phoenix
 - 910
 - Legas
 - League
- d. Sepatu Badminton
- Kasogi
- e. Stelan Futsal
- f. Kinesio
- g. Sutri
- h. *Skin*
- i. Decker
- j. Kaos kaki
- k. Tas Sepatu
- l. Dll

B. Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden adalah segala sesuatu yang erat kaitanya dengan diri responden secara individual yang menjadi pelanggan di toko AND1 SPORT KUDUS. Pengambilan data dalam penelitian ini mengambil teknik sampel sebanyak 96 kuesioner, dan dikembalikan oleh responden sebanyak 96 kuesioner.

1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data dan presentase mengenai perbandingan jenis kelamin pembeli atau pelanggan di toko AND1 SPORT KUDUS yang diperoleh responden sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Responden (Orang)	Persentase
1	Laki-Laki	56	58.3%
2	Perempuan	40	41.7%
Jumlah		96	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 , dapat diketahui jenis kelamin pembeli atau pelanggan di toko AND1 SPORT KUDUS yang diambil sebagai responden. Yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki sebanyak 56 orang atau 58.3%, sedangkan sisanya adalah perempuan sebanyak 40 orang atau 41.7%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pembeli atau pelanggan di toko AND1 SPORT KUDUS yang di ambil sebagian responden adalah laki-laki.

2. Umur Responden

Adapun data mengenai umur pembeli atau pelanggan di toko AND1 SPORT KUDUS yang diambil sebagai responden sebagai tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4. 2
Deskripsi Responden Berdasarkan Umur Responden

No	Umur (Tahun)	Responden (Orang)	Persentase
1	< = 20	21	21.9%
2	21 – 30	56	58.3%
3	31- 40	15	15.5%
4	> 41	4	4.3%
Jumlah		96	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa sebagian besar umur dari pembeli atau pelanggan di toko AND1 SPORT KUDUS yang diambil sebagai responden berkisar antara ≤ 20 tahun, 21 - 30 tahun, 31 - 40 tahun dan > 40 tahun, masing-masing sebanyak 21 orang atau 21.9% dari jumlah responden. Kemudian umur 21-30 tahun sekitar 56 orang atau 58.3% , yang umurnya 31-40 tahun ada 15 orang atau 15,5%, sedangkan yang > 40 tahun ada 4 orang atau 4,3% responden.

3. Tingkat Pendidikan Responden

Adapun data mengenai tingkat pendidikan responden pembeli atau pelanggan di toko AND1 SPORT KUDUS adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 3

Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan Responden	Responden (Jumlah)	Persentase
1	SD	0	0%
2	SMP	30	31.3%
3	SMA	56	58.3%
4	Diploma	10	10.4%

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden pembeli atau pelanggan di toko AND1 SPORT KUDUS mayoritas responden tingkat pendidikannya adalah SMA, yaitu sebanyak 56 responden atau 58,3%, sedangkan tingkat pendidikan Diploma sebanyak 10 responden atau 10,4%, SMP sebanyak 30 atau 31,3%, dan tingkat pendidikan SD 0 responden atau 0%.

4. Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai Pekerjaan responden pembeli atau pelanggan di toko AND1 SPORT KUDUS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan Responden	Responden (Jumlah)	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	32	33.3%
2	Karyawan Swasta	20	20.8%
3	PNS	15	15.6%
4	Guru	14	14.7%
5	Wiraswasta	15	15.6%

Sumber: data primer yang diolah, 2018

C. Deskripsi Data Penelitian

Hasil jawaban dari masing-masing responden tentang kelengkapan produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian adalah:

1. Variabel Kelengkapan Produk

Hasil angket tentang kelengkapan produk adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Jawaban Responden Variabel Kelengkapan Produk (X1)

Item pertanyaan	Total STS	%	Total TS	%	Total R	%	Total S	%	Total SS	%
P1	0	0%	2	2.1%	26	27.1%	41	42.7%	27	28.1%
P2	1	1%	3	3.1%	16	16.7%	44	45.8%	32	33.3%
P3	2	2.1%	1	1%	23	24%	36	37.5%	34	35.4%
P4	1	1%	2	2.1%	18	18.8%	37	38.5%	38	39.6%

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Berdasarkan data di atas, maka dapat dipahami bahwa:

- a. Pada item pertanyaan 1, berbagai varian merek, ukuran dan warna produk, 27 responden atau 28.1% responden menjawab sangat setuju, 41 responden atau 42.7% responden menjawab setuju, 26 atau 27.1% responden menjawab ragu-ragu, 2 responden atau 2.1%

- menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% responden menjawab sangat tidak setuju.
- b. Pada item pertanyaan 2, produk di toko dengan kualitas baik , 32 responden atau 33,3% menjawab sangat setuju, 44 responden atau 45.8% menjawab setuju, 16 responden atau 16.7% responden menjawab ragu-ragu, 3 responden atau 3.1% responden menjawab tidak setuju, 1 responden atau 1.% responden menjawab sangat tidak setuju.
- c. Pada item pertanyaan 3, di toko memiliki banyak alternative produknya , 34 responden atau 35.4% menjawab sangat setuju, 36 responden atau 37.5% menjawab setuju, 23 responden atau 24% responden menjawab ragu-ragu, 1 responden atau 1% responden menjawab tidak setuju, 2 responden atau 2.1% responden menjawab sangat tidak setuju.
- d. Pada item pertanyaan 4, di toko memiliki produk yang mengikuti perkembangan model terbaru , 38 responden atau 39.6% menjawab sangat setuju, 37 responden atau 38.5% menjawab setuju, 18 responden atau 18.8% responden menjawab ragu-ragu, 2 responden atau 2.1% responden menjawab tidak setuju, 1 responden atau 1% responden menjawab sangat tidak setuju.

2. Variabel Harga

Hasil angket tentang harga adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6

Hasil Jawaban Responden Variabel Harga (X2)

Item Pertanyaan	Total STS	%	Total TS	%	Total R	%	Total S	%	Total SS	%
P1	0	0%	1	1%	20	20.8%	40	41.7%	35	36.5%
P2	0	0%	1	1%	15	15.6%	52	54.2%	28	29.2%
P3	0	0%	5	5.2%	16	16.7%	43	44.8%	32	33.3%

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Berdasarkan data di atas, maka dapat dipahami bahwa:

- a. Pada item pertanyaan 1, harga di toko ini sesuai dengan kualitas produknya , 35 responden atau 36.5%% menjawab sangat setuju, 40 responden atau 41.7% menjawab setuju, 20 responden atau 20.8% responden menjawab ragu-ragu, 1 responden atau 1% responden menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% responden menjawab sangat tidak setuju.
- b. Pada item pertanyaan 2, di toko memiliki banyak potongan harga, 28 responden atau 29.2% menjawab sangat setuju, 52 responden atau 54.2% menjawab setuju, 15 responden atau 15.6% responden menjawab ragu-ragu, 1 responden atau 1% responden menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% responden menjawab sangat tidak setuju.
- c. Pada item pertanyaan 3, harga di toko ini terjangkau , 32 responden atau 33.3% menjawab sangat setuju, 43 responden atau 44.8% menjawab setuju, 16 responden atau 16.7% responden menjawab ragu-ragu, 5 responden atau 5.2% responden menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% responden menjawab sangat tidak setuju.

3. Variabel Lokasi

Hasil angket tentang lokasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7

Hasil Jawaban Responden Variabel Lokasi (X3)

Item Pertanyaan	Total STS	%	Total TS	%	Total R	%	Total S	%	Total SS	%
P1	0	0%	5	5.0%	32	33.3%	37	38.5%	22	22.9%
P2	1	1%	4	4.2%	22	22.9%	31	32.3%	38	39.6%
P3	1	1%	2	2.1%	15	15.6%	46	47.9%	32	33.3%

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Berdasarkan data di atas, maka dapat dipahami bahwa:

- a. Pada item pertanyaan 1, lokasi mudah di temukan, 22 responden atau 22.9% menjawab sangat setuju, 37 responden atau 38.5% menjawab setuju, 32 responden atau 33.3% responden menjawab ragu-ragu, 5

responden atau 5.2% responden menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% responden menjawab sangat tidak setuju.

- b. Pada item pertanyaan 2, arus lalu lintas menuju toko aman dan lancar, 38 responden atau 39.6% menjawab sangat setuju, 31 responden atau 32.3% menjawab setuju, 22 responden atau 20.9% responden menjawab ragu-ragu, 4 responden atau 4.2% responden menjawab tidak setuju, 1 responden atau 1% responden menjawab sangat tidak setuju.
- c. Pada item pertanyaan 3, di toko ini memiliki fasilitas-fasilitas yang membuat pembeli nyaman, 32 responden atau 33.3% menjawab sangat setuju, 46 responden atau 47.9% menjawab setuju, 15 responden atau 15.6% responden menjawab ragu-ragu, 2 responden atau 2.1% responden menjawab tidak setuju, 1 responden atau 1% responden menjawab sangat tidak setuju.

4. Variabel Keputusan Pembelian

Hasil angket tentang Keputusan Pembelian adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8

Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Item Pertanyaan	Total STS	%	Total TS	%	Total R	%	Total S	%	Total SS	%
P1	0	0%	7	7.3%	4	4.2%	50	52.1%	35	36.5%
P2	0	0%	4	4.2%	16	16.7%	38	39.6%	38	39.6%
P3	0	0%	2	2.1%	18	18.8%	34	35.4%	42	43.8%
P4	1	1%	1	1%	25	26%	41	42.7%	28	29.2%
P5	1	1%	4	4.2%	23	24%	41	42.7%	27	28.1%
P6	0	0%	10	10.4%	36	37.5%	39	40.6%	11	11.5%
P7	0	0%	5	5.2%	26	27.1%	48	50%	17	17.7%
P8	2	2.1%	1	1%	28	29.2%	35	36.5%	30	31.3%

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Berdasarkan data di atas, maka dapat dipahami bahwa:

- a. Pada item pertanyaan 1, pembeli akan puas karena di toko memiliki berbagai macam produk, 35 responden atau 36.5% menjawab sangat setuju, 50 responden atau 52.1% menjawab setuju, 4 responden atau 4.2% responden menjawab ragu-ragu, 74 responden atau 7.3% responden menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% responden menjawab sangat tidak setuju.
- b. Pada item pertanyaan 2, Toko ini selalu update dengan model terbaru sehingga membuat pembeli merasa senang, 38 responden atau 39.6% menjawab sangat setuju, 38 responden atau 39.6% menjawab setuju, 16 responden atau 16.7% responden menjawab ragu-ragu, 4 responden atau 4.2% responden menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% responden menjawab sangat tidak setuju.
- c. Pada item pertanyaan 3, Kualitas di toko bagus pembeli merasa puas, 42 responden atau 43.8% menjawab sangat setuju, 34 responden atau 35.4% menjawab setuju, 18 responden atau 18.8% responden menjawab ragu-ragu, 2 responden atau 2.1% responden menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% responden menjawab sangat tidak setuju.
- d. Pada item pertanyaan 4, Pengemasan, nama toko dan label toko yang menarik memiliki ciri khas yang berbeda, 28 responden atau 29.2% menjawab sangat setuju, 41 responden atau 42.7% menjawab setuju, 25 responden atau 26% responden menjawab ragu-ragu, 1 responden atau 1% responden menjawab tidak setuju, 1 responden atau 1% responden menjawab sangat tidak setuju.
- e. Pada item pertanyaan 5, di toko ini terdapat beragam pilihan model produk dan harga, 27 responden atau 28.1% menjawab sangat setuju, 41 responden atau 42.7% menjawab setuju, 23 responden atau 24% responden menjawab ragu-ragu, 4 responden atau 4.2% responden menjawab tidak setuju, 1 responden atau 1% responden menjawab sangat tidak setuju.

- f. Pada item pertanyaan 6, bonus yang bagus membuat pembeli tertarik, 11 responden atau 11.5% menjawab sangat setuju, 39 responden atau 40.6% menjawab setuju, 36 responden atau 37.5% responden menjawab ragu-ragu, 10 responden atau 10.4% responden menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% responden menjawab sangat tidak setuju.
- g. Pada item pertanyaan 7, banyak produk dan bonus yang menarik para pelanggan, 17 responden atau 17.7% menjawab sangat setuju, 48 responden atau 50% menjawab setuju, 26 responden atau 27.1% responden menjawab ragu-ragu, 5 responden atau 5.2% responden menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% responden menjawab sangat tidak setuju.
- h. Pada item pertanyaan 8, saya akan merekomendasikan toko ini kepada teman dan saudara saya , 30 responden atau 31.3% menjawab sangat setuju, 35 responden atau 36.5% menjawab setuju, 28 responden atau 29.2% responden menjawab ragu-ragu, 1 responden atau 1% responden menjawab tidak setuju, 2 responden atau 2.1% responden menjawab sangat tidak setuju.

D. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

Untuk menguji validitas dan reabilitas instrumen, peneliti menggunakan analisis IBM SPSS 23.

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Untuk uji validitas, dilakukan tingkat uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai t tabel. Dapat dilihat dari jumlah non responden yaitu 30 maka t tabel = 0,361

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	<i>Correted Item Total Correlation (r hitung)</i>	r Tabel	Keterangan
Kelengkapan Produk (X1)	P1	0.535	0,361	<i>Valid</i>
	P2	0.798	0,361	<i>Valid</i>
	P3	0.803	0,361	<i>Valid</i>
	P4	0.812	0,361	<i>Valid</i>
Harga (X2)	P1	0.699	0,361	<i>Valid</i>
	P2	0.795	0,361	<i>Valid</i>
	P3	0.648	0,361	<i>Valid</i>
Lokasi (X3)	P1	0.635	0,361	<i>Valid</i>
	P2	0.885	0,361	<i>Valid</i>
	P3	0.628	0,361	<i>Valid</i>
Keputusan Pembelian (Y)	P1	0.407	0,361	<i>Valid</i>
	P2	0.624	0,361	<i>Valid</i>
	P3	0.609	0,361	<i>Valid</i>
	P4	0.399	0,361	<i>Valid</i>
	P5	0.362	0,361	<i>Valid</i>
	P6	0.748	0,361	<i>Valid</i>
	P7	0.700	0,361	<i>Valid</i>
	P8	0.378	0,361	<i>Valid</i>

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing item memiliki r hitung lebih besar dari pada r tabel (0,361) dan bernilai positif. Dengan demikian, butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan *Valid*.

2. Uji Reabilitas Instrumen

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen atau indikator yang digunakan dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur. Untuk uji reabilitas, dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha*, dimana dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

Tabel 4.10

Hasil Uji Reabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Coefficients	Alpha	Cronbach Alpha	Keterangan
Kelengkapan Produk (X1)	4 Item	0.759	0.60	Reliabel
Harga (X2)	3 Item	0.817	0.60	Reliabel
Lokasi (X3)	3 Item	0.819	0.60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	8 Item	0.810	0.60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing item memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 dengan demikian semua variabel dapat dikatakan *reliabel*.

E. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolonieritas

Pengujian multikolonieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas terdapat hubungan atau saling berkorelasi. Cara yang dipakai untuk mendeteksi gejala multikolonieritas adalah dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factor*), jika nilai VIF kurang dari 10, maka tidak terjadi multikonolieritas. Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
KELENGKAPAN_ PRODUK	.907	1.103
HARGA	.875	1.143
LOKASI	.831	1.203

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Sumber: Data primer diolah pada 2018

Dari hasil pengujian multikolonieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai tolerance variabel X1 Kelengkapan Produk sebesar 0.907, X2 Harga sebesar 0.875 dan Lokasi X3 sebesar 0.831 dan VIF masing-masing sebesar 1.103, 1.143 dan 1.203. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki tolerance kurang dari 0,10 dan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antara variabel bebas dalam model regresi.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada atau tidaknya korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan yang lain pada model regresi. Jika terjadi korelasi maka terdapat problem autokorelasi.

Tabel 4. 12
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.488 ^a	.238	.214	3.08800	1.738

a. Predictors: (Constant), LOKASI, KELENGKAPAN_ PRODUK, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Sumber: Data primer diolah pada 2018

Nilai D-W sebesar 1.738, nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai tabel menggunakan nilai signifikansi 5% dengan jumlah sampel 96 (n) dan jumlah variabel independen 3 (k=3), maka dalam tabel Durbin-Watson akan didapatkan nilai sebagai berikut :

Tabel 4.13
Tabel Durbin-Watson Test Bound

N	k=3	
	dL	dU
96	1.604	1.733

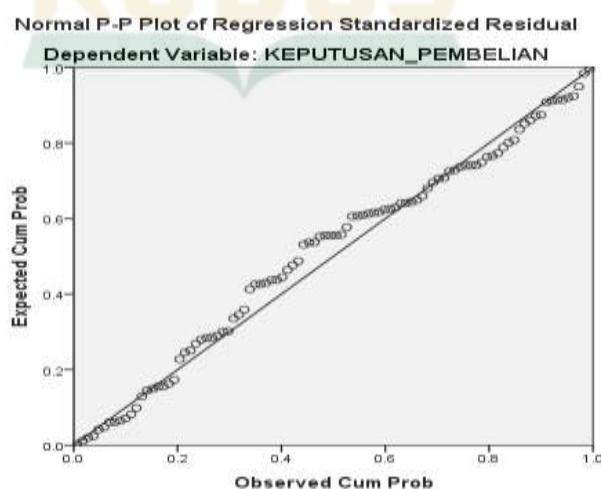
Dengan tabel tersebut dapat ditafsirkan bahwa nilai DW 1.738 lebih besar dari batas atas (du) 1.733 dan kurang dari $4 - 1.733$ ($4 - dU$) = 2.267. Maka tidak terdapat autokorelasi positif atau negative, atau dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi pada model regresi.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Gambar 4.2

Normal Probability Plot Toko AND1 SPORT Kudus



Sumber: Data primer diolah pada 2018

Pada grafik normal plot melihat titik menyebar disekitar garis diagonalnya, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Grafik ini menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4.14
Uji Normalitas Toko AND1 SPORT Kudus
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.03884992
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.046
	Negative	-.094
Test Statistic		.094
Asymp. Sig. (2-tailed)		.065 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

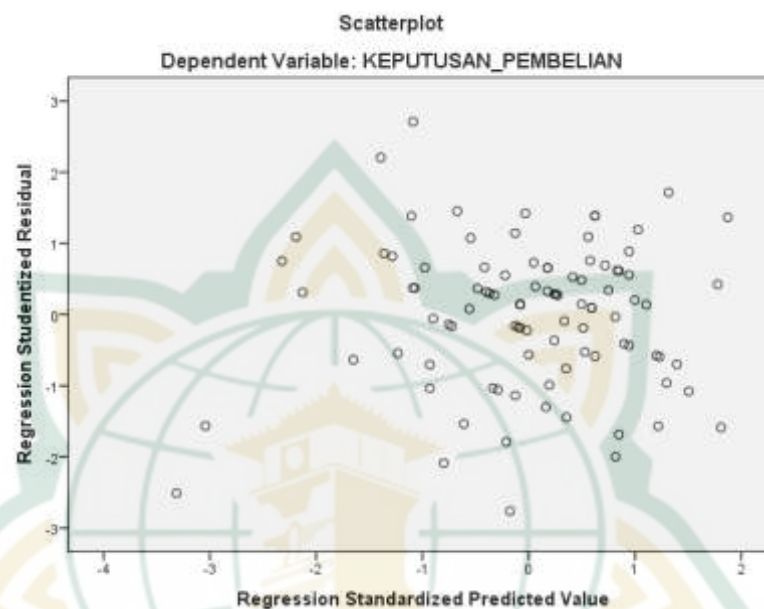
Sumber: Data primer diolah pada 2018

Dari tabel diatas, besarnya nilai Test Statistic Kolmogorov-Smirnov adalah 0,094 dan signifikan pada 0,065 hal ini berarti data residual terdistribusi normal karena nilai signifikannya lebih besar dari 0,05.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya *heteroskedistisitas* dapat dilihat pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*.

Gambar 4.3
Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data primer diolah pada 2018

Dari grafik *scatterplots* terlihat titik-titik menyebar secara acak (random) baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

F. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk memprediksi arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan secara positif atau negatif.

Tabel 4.15
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.943	2.829		6.342	.000
	KELENGKAPAN_PRODUK	.054	.129	.040	.418	.677
	HARGA	.571	.183	.303	3.119	.002
	LOKASI	.490	.177	.277	2.772	.004

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Sumber: Data primer diolah pada 2018

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi ganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

$$Y = 17.943 + 0.054 x_1 + 0.571 x_2 + 0.490 x_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- Nilai konstanta sebesar 17.943 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka rata-rata tingkat Keputusan Pembelian adalah 17.943.
- Koefisien regresi X₁ (Kelengkapan Produk) dari perhitungan linear berganda dapat dilihat 0.054. Hal ini berarti bahwa setiap ada peningkatan 1 satuan maka tingkat Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0.054.
- Koefisien regresi X₂ (Harga) dari perhitungan linear berganda dapat dilihat 0.571. Hal ini berarti bahwa setiap ada peningkatan 1 satuan, maka tingkat Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0.571.
- Koefisien regresi X₃ (Lokasi) dari perhitungan linear berganda dapat dilihat 0.490. Hal ini berarti bahwa setiap ada peningkatan 1 satuan, maka tingkat Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0.490.

2. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial

Uji signifikansi parameter parsial bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variasi variabel independen. Uji ini menandai bahwa variabel independen Kelengkapan Produk, Harga dan Lokasi. Sedangkan variabel dependen adalah Keputusan Pembelian.

Tabel 4.16
Hasil Perhitungan Regresi Parsial Toko AND1 SPORT Kudus

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.943	2.829		6.342	.000
	KELENGKAPAN_PRODUK	.054	.129	.040	.418	.677
	HARGA	.571	.183	.303	3.119	.002
	LOKASI	.490	.177	.277	2.772	.004

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN
Sumber: Data primer diolah pada 2018

Dari ketiga variabel independen yang dimasukkan ke dalam model regresi, tampak bahwa hanya variabel Harga dan Lokasi yang signifikan, hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikan variabel independen kurang dari 0,05.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk menguji apakah data dari sampel yang ada sudah cukup kuat untuk menggambarkan populasinya, atau apakah bisa dilakukan generalisasi tentang populasi berdasar hasil sampel. Maka hipotesis pada penelitian ini adalah :

1. Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko AND1 SPORT Kudus

Pada variabel X_1 (Kelengkapan Produk) diperoleh t_{tabel} dengan derajat kebebasan $df = 1 (n-k-1) = 92$ diperoleh nilai 1.986. Sedangkan $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ ($0.418 < 1.986$) dan nilai signifikansi lebih besar dari 0.05

($0.677 > 0.05$), maka kesimpulannya **H₁ ditolak**. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa Kelengkapan Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko AND1 SPORT Kudus ditolak.

Dari hasil penelitian ini bahwa uji parsial atau uji t menunjukkan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($0.418 < 1.986$), dan nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 yaitu ($0.677 > 0.05$) sehingga tidak terjadi pengaruh yang signifikan antara Kelengkapan produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko AND1 SPORT Kudus, artinya apabila Kelengkapan Produk di Toko AND1 SPORT Kudus semakin baik, maka belum tentu keputusan pembelian akan meningkat.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko AND1 SPORT Kudus

Pada variabel X₂ (Harga) diperoleh t_{tabel} dengan derajat kebebasan $df = 1.986$. Sedangkan t_{hitung} \geq t_{tabel} ($3.119 \geq 1.986$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 ($0.002 \leq 0.05$), maka kesimpulannya **H₂ diterima**. Jadi X₂ (Harga) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko AND1 SPORT Kudus diterima.

Dari hasil penelitian ini bahwa uji parsial atau uji t menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3.119 \geq 1.986$), dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 yaitu ($0.002 < 0.05$) sehingga terjadi pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian di Toko AND1 SPORT Kudus, artinya apabila Harga di Toko AND1 SPORT Kudus semakin baik atau turun, maka keputusan pembelian akan meningkat.

3. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko AND1 SPORT Kudus

Pada variabel X₃ (Lokasi) diperoleh t_{tabel} dengan derajat kebebasan $df = 1.986$. Sedangkan t_{hitung} \geq t_{tabel} ($2.772 \geq 1.986$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 ($0.004 \leq 0.05$), maka kesimpulannya

H₃ diterima. Jadi X₃ (Lokasi) berpengaruh signifikan terhadap terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko AND1 SPORT Kudus diterima.

Dari hasil penelitian ini bahwa uji parsial atau uji t menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2.772 \geq 1.986$), dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 yaitu ($0.004 < 0.05$) sehingga terjadi pengaruh yang signifikan antara Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Toko AND1 SPORT Kudus, artinya apabila Lokasi di Toko AND1 SPORT Kudus strategis menurut tata letaknya, maka keputusan pembelian akan meningkat.

G. Pembahasan

1. Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko AND1 SPORT Kudus

Kelengkapan Produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Kedalaman, luas dan kualitas keragaman barang sering merupakan determinan dalam pemilihan toko.¹

Penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Radix Carlyan tentang pengaruh kelengkapan produk, terhadap keputusan pembelian dan Wahyu Nur Prabowo tentang kelengkapan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan juga oleh Tri Widodo tentang pengaruh kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian yang menghasilkan penelitian yang menyatakan bahwa kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin lengkap produknya maka keputusan pembelian akan meningkat.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis nihil (H₀) bahwa kelengkapan produk pada toko AND1 SPORT Kudus cukup lengkap, terdapat berbagai jenis produk yang ditawarkan, tersedia berbagai macam

¹ James, Roger, Dan Paul, *Perilaku Konsumen Jilid 2, Edisi Keenam*, (Binapura Aksara, Jakarta, 1995), 258

merek produk yang ditawarkan, mengikuti perkembangan model terbaru, dan tetap menjaga kualitas produk namun tidak terjadi pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian karena dijelaskan bahwa konsumen melakukan pembelian akan melihat dari berbagai faktor-faktor yang ada, salah satunya yaitu tersedianya keragaman jenis barang dalam kondisi yang baik dan sesuai apa yang dibutuhkan. Jadi konsumen akan membelanjanya sesuai apa yang ia butuhkan saja.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko AND1 SPORT Kudus

Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainnya menimbulkan biaya. Harga juga merupakan salah satu bauran pemasaran yang paling fleksibel, harga dapat diubah dengan cepat, tidak seperti tampilan produk dan perjanjian distribusi.²

Penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Silviana Anggun Pratiwi, penelitian Dessy Amelia Fristiana, dan penelitian Fifyanita Ghanimata dan Mustafa Kamal³ tentang harga yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, menghasilkan penelitian yang menyatakan bahwa dari uji validitas, keseluruhan item-item pertanyaan dikatakan valid, sehingga terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa harga pada toko AND1 SPORT Kudus sangat terjangkau, sesuai dengan kualitas produk dan banyak potongan harga sehingga banyak diminati konsumen. Dijelaskan bahwa konsumen melakukan pembelian akan melihat dari berbagai faktor-faktor yang ada, salah satunya yaitu terjangkaunya harga

² Phipip Kotler dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia Buku 2*, (Salemba Empat, Jakarta, 2001), 234

³ Fifyanita dan Mustafa, *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)*, Jurnal Manajemen Universitas Diponegoro Semarang, Volume 1, Nomor 2, (2012)

dan terdapat potongan harga atau bonus. Jadi konsumen akan senang dan menikmati kegiatan berbelanja apabila tempat belanja yang dikunjungi harganya sangat terjangkau, terdapat potongan harga serta bonus yang akan ia dapatkan.

3. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko AND1 SPORT Kudus

Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan yang menghasilkan barang atau jasa yang mementingkan segi ekonominya.⁴

Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa lokasi toko AND1 SPORT Kudus mudah dijangkau sarana transportasi, jelas dan dekat dengan pusat kota Kudus, berada disekitar lingkungan yang menerima positif keberadaan toko tersebut dan memiliki surat ijin dari pemerintah. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Indri Hastuti Listyawati penelitian Rahmi Rosita dan penelitian Fifyanita Ghanimata dan Mustafa Kamal tentang pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian menghasilkan penelitian yang menyatakan bahwa : Variabel lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dilihat dari lokasinya toko AND1 SPORT Kudus dekat dengan pusat kota Kudus, ada lokasi untuk parkir, mudah dijangkau dan cukup strategis dan sangat diminati konsumen. Ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko tersebut karena dijelaskan bahwa konsumen melakukan pembelian akan melihat dari berbagai faktor-faktor yang ada, salah satunya yaitu terjangkaunya lokasi yang akan menjadi tempat tujuan berbelanja dan terdapat lokasi untuk parkir kendaraan. Jadi konsumen akan senang dan menikmati kegiatan berbelanja apabila tempat belanja yang dikunjungi mudah dijangkau, strategis dan terdapat lokasi parkir untuk kendaraan.

⁴ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Alfabeta, Bandung, 2003), 103