

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Swalayan Sarikat Jaya merupakan tempat berbelanja yang berada di Jl.R.A. Kartini kec. Kebomas, Kabupaten Gresik. Terdapat pula toko cabang yang berada di Jl. Raya Cermer lor dan juga berada di Jl. Raya Sidayu. Swalayan Sarikat ini menjual berbagai kebutuhan rumah tangga dan kebutuhan sehari-hari, seperti sembako, makanan ringan, rempah-rempah, alat elektronik.

Swalayan Sarikat Jaya ini dikenal oleh masyarakat sekitar menjual produk grosir maupun eceran, dengan catatan jika membeli produk secara grosir maka harga semakin murah atau bisa disebut mendapat potongan harga. Swalayan Sarikat Jaya ini menjadi sasaran masyarakat sekitar untuk memenuhi kebutuhannya.

4.2 Visi dan Misi

1. Visi

“Menjadi Swalayan yang unggul untuk masyarakat”

2. Misi

a. Memberikan pelayanan yang baik

b. Harga yang terjangkau

4.3 Deskripsi Hasil Penelitian

4.3.1 Karakteristik Responden

Data dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada konsumen yang sudah berbelanja di Swalayan Sarikat Jaya, responden diberi kuesioner untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah disediakan. Dari 105 kuesioner yang telah mendapatkan tanggapan dari responden dan diolah oleh peneliti.

4.3.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti terhadap konsumen Swalayan Sarikat Jaya dengan sampel penelitian sebanyak 105 responden berikut perolehan hasil karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Presentase (%)
perempuan	87	82
Laki laki	18	17
Total	105	100

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari total 105 responden, sebagian besar konsumen Swalayan Sarikat Jaya berjenis kelamin perempuan sejumlah 87 konsumen atau 83%. Responden dengan jenis kelamin laki -laki sejumlah 18 konsumen atau 17%. Hal ini dilihat dari berbagai faktor dan menjadi kewajiban ibu rumah tangga.

4.3.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti terhadap konsumen Swalayan Sarikat Jaya dengan sampel penelitian sebanyak 105 responden. berikut perolehan hasil karakteristik responden berdasarkan usia :

a. Range

(nilai tertinggi – nilai terendah)

$$= 65-20$$

$$= 45$$

b. Jumlah Kelas

$$K = 1 + 3.3 \log (n)$$

$$= 1 + 3.3 \log (105)$$

$$= 1 + 3.3 (2,02)$$

$$= 1 + 6,7$$

$$= 7,7 (8)$$

c. Range skala

$$RS = (\text{range} : \text{jumlah kelas})$$

$$= 45 : 8$$

$$= 5,6 (6)$$

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (tahun)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	20 – 26	10	10
2	27 – 33	13	12
3	34 – 40	25	24
4	41 – 47	19	18
5	48 – 54	13	12
6	55 – 61	15	14
7	62 – 65	10	10
Jumlah		105	100

Sumber : Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari total 105 responden, sebagian besar konsumen Swalayan Sarikat Jaya berusia 34 – 40 tahun dengan jumlah 25 responden, presentase 24%.

4.3.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan

Penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti terhadap konsumen Swalayan Sarikat jaya dengan sampel penelitian sebanyak 105 responden berikut perolehan hasil karakteristik responden berdasarkan jabatan :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan

Jabatan	Jumlah	Presentase (%)
Mahasiswa	17	16
Bekerja	48	45
Ibu Rumah Tangga	40	38
Total	105	100

Sumber :Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa total 105 responden, sebagian besar konsumen Swalayan Sarikat Jaya yaitu, bekerja berjumlah 48 atau 45%. Responden ibu Rumah tangga berjumlah 40 atau 38%. Mahasiswa sebesar 17 atau 16%.

4.3.2 Rekapitulasi Tanggapan Responden

Skala bertingkat dalam kuesioner ini menggunakan modifikasi skala likert dengan menggunakan empat pilihan jawaban yaitu sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju. Sugiyono (2016:134) mengatakan bahwa dalam kuesioner ini disediakan 4 (empat) alternatif jawaban yaitu: Sangat Setuju (SS) dengan skor 4, Setuju (S) dengan skor 3, Kurang Setuju (KS) dengan skor 2, Tidak Setuju (TS) dengan skor 1. Empat skala *likert* yang memaksa responden memilih salah satu

kutub karena pilihan “netral” tidak tersedia. Langkah – langkah dalam menentukan data responden adalah dengan menentukan dan menghitung antara sekor tertinggi dengan sekor terendah. Yaitu sebagai berikut:

$$(4 \times 105) - (1 \times 105) = 420 - 105 = 315$$

$$P = 315 : 4$$

$$= 78,75 (79)$$

Tabel 4.4
Rentang Sekala

Skala	Kriteria
105 - 184	Tidak Setuju
185 - 264	Kurang Setuju
265 - 344	Setuju
345 - 424	Sangat Setuju

Sumber : Data Primer Diolah (2020)

Berikut ini hasil dari pengamatan kuesioner tentang kepercayaan diambil dari data yang diolah sesuai dengan tabel. Dari data yang diolah dapat disimpulkan sebagai berikut :

Tabel 4.5
Rekapitulasi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Item	Tanggapan Responden				Total	Nilai Skor				Total
	TS	KS	S	SS		1	2	3	4	
Y.1	1	8	76	20	105	1	16	228	80	325
Y.2	3	6	38	58	105	3	12	114	232	361
Y.3	1	8	60	36	105	1	16	180	144	341
Y.4	0	11	73	21	105	0	22	219	84	325
Y.5	0	7	70	20	105	0	14	210	80	304
Rata Rata										331

1. Berdasarkan kuesioner pada item pertama, pendapat responden diperoleh total skor 325, yang berarti sebagian besar konsumen Swalayan Sarikat Jaya setuju bahwa produk Swalayan Sarikat Jaya memenuhi kebutuhan.
2. Berdasarkan kuesioner pada item kedua, pendapat responden diperoleh total skor 362, yang berarti sebagian besar konsumen Swalayan Sarikat Jaya setuju bahwa informasi tentang produk penting.
3. Berdasarkan kuesioner pada item ketiga, pendapat responden diperoleh total skor 341, yang berarti sebagian besar konsumen Swalayan Sarikat Jaya setuju bahwa Swalayan Sarikat Jaya menjadi alternative saat berbelanja.
4. Berdasarkan kuesioner pada item keempat, pendapat responden diperoleh total skor 325, yang berarti sebagian besar konsumen Swalayan Sarikat Jaya setuju bahwa dengan keputusan pembelian di Swalayan Sarikat Jaya merasa puas.
5. Berdasarkan kuesioner pada item kelima, pendapat responden diperoleh total skor 304, yang berarti sebagian besar konsumen Swalayan Sarikat Jaya setuju bahwa merasa puas berbelanja di Swalayan Sarikat Jaya.

Dari data yang diperoleh atas semua item pernyataan variabel keputusan pembelian mendapatkan rata-rata skor sebesar 331, yang berarti responden setuju bahwa Swalayan Sarikat Jaya memenuhi kebutuhan dan menjadi alternative saat berbelanja.

Tabel 4.6
Rekapitulasi Jawaban Variabel Persepsi Harga (X1)

Item	Tanggapan Responden				Total	Nilai Skor				Total
	TS	KS	S	SS		1	2	3	4	
X1.1	4	8	66	27	105	4	16	132	108	260
X1.2	1	7	66	31	105	1	14	132	124	271

X1.3	4	37	49	15	105	4	77	147	60	288
X1.4	0	8	72	25	105	0	16	216	100	332
Rata Rata										287

1. Berdasarkan kuesioner pada item pertama, pendapat responden diperoleh total skor 260, yang berarti sebagian besar konsumen Swalayan Sarikat Jaya setuju bahwa harga produk di Swalayan Sarikat Jaya terjangkau.
2. Berdasarkan kuesioner pada item kedua, pendapat responden diperoleh total skor 271, yang berarti sebagian besar konsumen Swalayan Sarikat Jaya setuju bahwa harga sesuai dengan kualitas produk.
3. Berdasarkan kuesioner pada item ketiga, pendapat responden diperoleh total skor 288, yang berarti sebagian besar konsumen Swalayan Sarikat Jaya setuju bahwa harga yang ditawarkan lebih rendah dari pesaing.
4. Berdasarkan kuesioner pada item keempat, pendapat responden diperoleh total skor 332, yang berarti sebagian besar konsumen Swalayan Sarikat Jaya setuju bahwa harga produk sesuai dengan manfaat produk.

Dari data yang diperoleh atas semua item pernyataan variabel persepsi harga mendapatkan rata-rata skor sebesar 287, yang berarti responden setuju bahwa Swalayan Sarikat Jaya menjual dengan harga yang terjangkau dan harga sesuai dengan manfaat produk.

Tabel 4.7
Rekapitulasi Jawaban Variabel Keragaman Produk (X2)

Item	Tanggapan Responden				Total	Nilai Skor				Total
	TS	KS	S	SS		1	2	3	4	
X2.1	1	3	33	68	105	1	6	99	272	378
X2.2	0	2	60	43	105	0	4	180	172	356
X2.3	0	9	58	38	105	0	18	174	152	344
Rata Rata										359

1. Berdasarkan kuesioner pada item pertama, pendapat responden diperoleh total skor 378, yang berarti sebagian besar konsumen Swalayan Sarikat Jaya setuju bahwa Swalayan sarikat Jaya menjual merk produk yang beragam.
2. Berdasarkan kuesioner pada item kedua, pendapat responden diperoleh total skor 356, yang berarti sebagian besar konsumen Swalayan Sarikat Jaya setuju bahwa Swalayan Sarikat Jaya menjual berbagai variasi produk.
3. Berdasarkan kuesioner pada item ketiga, pendapat responden diperoleh total skor 344, yang berarti sebagian besar konsumen Swalayan Sarikat Jaya setuju bahwa Swalayan Sarikat Jaya menjual berbagai kategori produk.

Dari data yang diperoleh atas semua item pernyataan variabel keragaman produk mendapatkan rata-rata skor sebesar 359, yang berarti responden setuju bahwa Swalayan Sarikat Jaya menjual berbagai merk, variasi dan kategori produk.

Tabel 4.8
Rekapitulasi Jawaban Variabel Suasana Toko (X3)

Item	Tanggapan Responden				Total	Nilai Skor				Total
	TS	KS	S	SS		1	2	3	4	
X3.1	1	38	52	14	105	1	76	156	56	289
X3.2	6	37	51	11	105	6	74	153	44	277
X3.3	5	34	56	10	105	5	68	168	40	281
X3.4	2	27	66	10	105	2	54	198	40	294
Rata Rata										285

1. Berdasarkan kuesioner pada item pertama, pendapat responden diperoleh total skor 289, yang berarti sebagian besar konsumen Swalayan Saarikat Jaya setuju bahwa papan nama Swalayan Sarikat Jaya terlihat jelas.
2. Berdasarkan kuesioner pada item kedua, pendapat responden diperoleh total skor 277, yang berarti sebagian besar konsumen Swalayan Sarikat Jaya setuju bahwa lingkungan toko terlihat bersih.

3. Berdasarkan kuesioner pada item ketiga, pendapat responden diperoleh total skor 281, yang berarti sebagian besar konsumen Swalayan Sarikat Jaya setuju bahwa pencahayaan Swalayan Sarikat Jaya memadai.
4. Berdasarkan kuesioner pada item keempat, pendapat responden diperoleh total skor 294, yang berarti sebagian besar konsumen Swalayan Sarikat Jaya setuju bahwa fasilitas Swalayan Sarikat Jaya memadai.

Dari data yang diperoleh atas semua item pernyataan variabel suasana toko mendapatkan rata-rata skor sebesar 285, yang berarti responden setuju bahwa Swalayan Sarikat Jaya mempunyai suasana toko yang bersih pencahayaan dan fasilitas memadai.

Tabel 4.9
Rekapitulasi Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan (X4)

Item	Tanggapan Responden				Total	Nilai Skor				Total
	TS	KS	S	SS		1	2	3	4	
X4.1	4	24	65	12	105	4	48	195	48	295
X4.2	2	14	77	12	105	2	28	231	48	309
X4.3	1	28	59	17	105	1	56	177	68	302
X4.4	3	22	65	15	105	3	44	195	60	302
X4.5	3	30	61	11	105	3	60	180	44	287
Rata Rata										299

1. Berdasarkan kuesioner pada item pertama, pendapat responden diperoleh total skor 295, yang berarti sebagian besar konsumen Swalayan Sarikat Jaya setuju bahwa penampilan karyawan Swalayan Sarikat Jaya rapi.
2. Berdasarkan kuesioner pada item kedua, pendapat responden diperoleh total skor 309, yang berarti sebagian besar konsumen Swalayan Sarikat Jaya setuju bahwa karyawan Swalayan Sarikat Jaya mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan.

3. Berdasarkan kuesioner pada item ketiga, pendapat responden diperoleh total skor 302, yang berarti sebagian besar konsumen Swalayan Sarikat Jaya setuju bahwa pelayanan Swalayan Sarikat Jaya cepat dan tanggap.
4. Berdasarkan kuesioner pada item keempat, pendapat responden diperoleh total skor 302, yang berarti sebagian besar konsumen Swalayan Sarikat Jaya setuju bahwa karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang dijanjikan.
5. Berdasarkan kuesioner pada item kelima, pendapat responden diperoleh total skor 287, yang berarti sebagian besar konsumen Swalayan Sarikat Jaya setuju bahwa karyawan Swalayan Sarikat Jaya mampu memberikan informasi.

Dari data yang diperoleh atas semua item pernyataan variabel kualitas pelayanan mendapatkan rata-rata skor sebesar 299, yang berarti responden setuju bahwa kualitas pelayanan Swalayan Sarikat Jaya tanggap, mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

4.4 Uji Instrumen Penelitian

4.4.1 Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas masing - masing variabel Persepsi Harga (X1), Keragaman Produk (X2), Suasana Toko (X3), Kualitas Pelayanan (X4) dan Keputusan Pembelian (Y) dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,720	0,190	Valid
	Y.2	0,676	0,190	Valid
	Y.3	0,711	0,190	Valid
	Y.4	0,768	0,190	Valid
	Y.5	0,780	0,190	Valid

Persepsi Harga (X1)	X1.1	0,791	0,190	Valid
	X1.2	0,748	0,190	Valid
	X1.3	0,736	0,190	Valid
	X1.4	0,730	0,190	Valid
Keragaman Produk (X2)	X2.1	0,812	0,190	Valid
	X2.2	0,856	0,190	Valid
	X2.3	0,869	0,190	Valid
Suasana Toko (X3)	X3.1	0,571	0,190	Valid
	X3.2	0,790	0,190	Valid
	X3.3	0,799	0,190	Valid
	X3.4	0,736	0,190	Valid
Kualitas Pelayanan (X4)	X4.1	0,817	0,190	Valid
	X4.2	0,778	0,190	Valid
	X4.3	0,812	0,190	Valid
	X4.4	0,757	0,190	Valid
	X4.5	0,789	0,190	Valid

Sumber:Lampiran 4

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi r hitung lebih besar dari r tabel Maka dapat dikatakan bahwa setiap butir pertanyaan pada masing – masing variabel persepsi harga, keragaman produk, suasana toko, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian dinyatakan valid, maka instrument dapat digunakan untuk melakukan pengujian selanjutnya.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS. Variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70. Ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Alpha</i>	Keterangan
Keputusan Pembelian(Y)	770	0,70	Reliabel
Persepsi Harga (X1)	735	0,70	Reliabel
Keragaman Produk(X2)	797	0,70	Reliabel
Suasana Toko(X3)	710	0,70	Reliabel
Kualitas Pelayanan(X4)	850	0,70	Reliabel

Sumber :Lampiran 4

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa masing masing variabel nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,70. Dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah realibel. Maka kuesioner memiliki konsistensi jika pengukuran dilakukan berulang kali dengan kuesioner yang sama.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Berikut adalah hasil uji normalitas dengan menggunakan Kolmogrov – Smirnov.

Dari masing masing variabel perspsi harga (X1), keragaman produk (X2), suasana toko (X3), kualitas pelayanan dan keputusan pembelian (Y).

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	.571
Asymp. Sig. (2-tailed)	.900

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Hasil Output SPSS (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai Kolmogrov-Smirnov Z 0,570 dengan signifikan 0,900 dimana nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Menunjukkan bahwa data yang telah diuji berdistribusi normal. Maka data primer yang sudah diolah dan digunakan untuk penelitian yaitu data yang baik.

4.5.2 Uji Multikolonieritas

Berikut adalah hasil uji multikolonieritas dari masing masing variabel persepsi harga (X1), keragaman produk (X2), suasana toko (X3), kualitas pelayanan (X4) dan keputusan pembelian (Y).

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
(Constant)	4.725	1.440		3.281	.001		
Persepsi harga	.360	.095	.321	3.794	.000	.785	1.273
Keragaman produk	.636	.120	.428	5.276	.000	.854	1.171
Suasana toko	-.236	.092	-.228	-2.581	.011	.721	1.386
Kualitas pelayanan	.221	.077	.256	2.858	.005	.703	1.423

Sumber : Hasil Output SPSS (Diolah)

Hasil pengolahan data tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai *tolerane value* pada variabel independen persepsi harga (X1), keragaman produk (X2), suasana toko (X3), kualitas pelayanan (X4), lebih dari 0,1 yang berarti tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Hasil perhitungan *Varian Inflation Factor* (VIF) menunjukkan hal yang sama, memiliki nilai VIF kurang dari 10. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Berikut ini hasil dari uji heteroskedastisitas dari masing masing variabel persepsi harga (X1), keragaman produk (X2), suasana toko (X3), kualitas pelayanan (X4), dan keputusan pembelian (Y).

Tabel 4.14
Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.633	1.147		.552	.582
TOTAL_X1	.042	.056	.082	.763	.447
TOTAL_X2	.027	.072	.040	.381	.704
TOTAL_X3	.021	.051	.043	.412	.681
TOTAL_X4	-.022	.044	-.049	-.496	.621

Sumber : Hasil Output SPSS (Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat diketahui bahwa nilai signifikan dari masing masing variabel independen lebih besar dari 0,05 atau $\text{sig} > 0,05$. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas. Maka data dalam penelitian ini tidak terdapat keridaksamaan varian residual dalam setiap pengamatan atau varian nilai residual konstan.

4.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan variabel terkait yaitu keputusan pembelian (Y), persepsi harga (X1), keragaman produk (X2), suasana toko (X3), kualitas pelayanan (X4). Analisis ini digunakan dengan tujuan mengetahui seberapa besar hubungan antara

variabel independen dengan variabel dependen. Hasil analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.725	1.440		3.281	.001
Persepsi harga	.360	.095	.321	3.794	.000
Keragaman produk	.636	.120	.428	5.276	.000
Suasana toko	-.236	.092	-.228	-2.581	.011
Kualitas pelayanan	.221	.077	.256	2.858	.005

Sumber : Hasil Output SPSS (Data diolah)

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = 0,321 X_1 + 0,428 X_2 + 0,228 X_3 + 0,256 X_4 + e$$

1. Nilai *Standardized Coefficients* regresi pada persepsi harga (X1) sebesar 0,321 yang artinya setiap kenaikan persepsi harga (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y), semakin tinggi persepsi harga maka semakin tinggi keputusan pembelian pada Swalayan Sarikat Jaya.
2. Nilai *Standardized Coefficients* regresi pada keragaman produk (X2) sebesar 0,428 yang artinya setiap kenaikan keragaman produk (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y), semakin banyak keragaman produk yg ditawarkan maka semakin tinggi keputusan pembelian pada Swalayan Sarikat Jaya.
3. Nilai *Standardized Coefficients* regresi pada suasana toko (X3) sebesar -0,228 yang artinya setiap kenaikan suasana toko (X3) berpengaruh negatif terhadap

keputusan pembelian (Y), semakin nyaman tingkat suasana toko maka tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Swalayan Sarikat Jaya.

4. Nilai *Standardized Coefficients* regresi pada kualitas pelayanan (X4) sebesar 0,256 yang artinya setiap kenaikan kualitas pelayanan (X4) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y), semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi keputusan pembelian.

4.7 Uji Hipotesis

4.7.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Berikut adalah hasil uji signifikan parsial pada variabel independen persepsi harga (X1), keragaman produk (X2), suasana toko (X3), kualitas pelayanan (X4) terhadap variabel dependen (Y). Dapat dilihat pada tabel 4.12 sebagai berikut :

Tabel 4.16
Hasil Uji Signifikan Parsial

Variabel	Signifikan T	Hasil
Pesrsepsi harga (X1)	0,000	Signifikan
Keragaman produk (X2)	0,000	Signifikan
Suasana toko (X3)	0,011	Signifikan
Kualitas Pelayanan (X4)	0,005	Signifikan

Sumber : lampiran 4

Dari hasil pengolahan data pada tabel diatas, diketahui bahwa:

1. Hasil penelitian terhadap variabel persepsi harga (X1) diperoleh nilai signifikansi t sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
2. Hasil penelitian terhadap variabel keragaman produk (X2) diperoleh nilai signifikan t sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau $0,000 < 0,05$ sehingga

dapat disimpulkan bahwa variabel keragaman produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

3. Hasil penelitian terhadap variabel suasana toko (X3) diperoleh nilai signifikan t sebesar 0,011 lebih kecil dari 0,05 atau $0,011 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel suasana toko (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
4. Hasil penelitian terhadap variabel kualitas pelayanan (X4) diperoleh nilai signifikan t sebesar 0,005 lebih kecil dari 0,05 atau $0,005 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

4.8 Interpretasi Hasil Analisis

1. Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil yang positif menunjukkan bahwa semakin baik persepsi harga produk, berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Sarikat Jaya. Hasil yang signifikan menunjukkan bahwa persepsi harga menjadi faktor penentu keputusan pembelian dengan alasan, bahwa harga yang ditawarkan oleh Swalayan Sarikat Jaya terjangkau, selain itu harga yang ditawarkan lebih rendah dari pesaing, harga sesuai dengan kualitas dan manfaat produk.

Hasil ini sesuai dengan teori Abubakar (2018:42) mengatakan bahwa semakin terjangkaunya harga produk atau jasa maka semakin besar pula keputusan pembelian konsumen, harga merupakan sesuatu yang dikorbankan untuk memperoleh suatu produk. Jika terdapat dua pilihan toko

ritel, salah satu toko ritel tersebut menawarkan harga yang lebih tinggi dengan kualitas yang baik dengan harga yang lebih miring dengan kualitas yang baik, maka konsumen akan memilih harga yang lebih miring dengan kualitas yang baik pula. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian terdahulu Fajar, (2016) mengatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil yang positif menunjukkan bahwa semakin banyak keragaman produk yang ditawarkan maka, semakin tinggi pula jumlah keputusan pembelian pada Swalayan Sarikat Jaya. Hasil yang signifikan menunjukkan bahwa keragaman produk menjadi faktor penentu keputusan pembelian dengan alasan, bahwa Swalayan Sarikat Jaya menjual produk yang beragam, berbagai macam variasi produk, selain itu menjual kategori produk. Apabila suatu produk memiliki keragaman maka akan menjadi pilihan konsumen untuk lebih puas memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Hasil ini sesuai dengan teori Kotler, (2012:105) mengatakan bahwa keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk yaitu kelengkapan produk, adanya kelengkapan produk memberikan keleluasaan untuk memilih produk yang akan dibeli untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Konsumen akan memilih tempat berbelanja yang menjual berbagai macam produk dengan berbagai macam produk konsumen tidak perlu berpindah-pindah toko untuk membeli produk yang dibutuhkan dan diinginkan. Hal ini juga didukung oleh penelitian terdahulu Lela, (2017)

dalam penelitiannya menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa suasana toko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil yang negatif menunjukkan bahwa semakin nyaman suasana toko maka tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Swalayan Sarikat Jaya. Hasil yang signifikan menunjukkan bahwa suasana toko menjadi faktor penentu keputusan pembelian dengan alasan, memberikan suasana toko yang baik tidak menjadi alasan konsumen berbelanja di Swalayan Sarikat Jaya. Dikarenakan konsumen Swalayan Sarikat Jaya lebih fokus dengan harga yang murah, jika suasana toko lebih ditingkatkan dan harga produk lebih dinaikkan maka akan terjadi penurunan keputusan pembelian pada Swalayan Sarikat Jaya.

Bagaimanapun hasilnya ini diluar ekspektasi dari peneliti, yang mana dalam hipotesis penelitian ini suasana toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Seperti teori Utami (2014:255) mengatakan suasana toko merupakan kombinasi, karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak pencahayaan, musik, aroma yang mana akan menciptakan citra dalam benak konsumen dan menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Di sisi lain penelitian ini diperkuat oleh penelitian terdahulu oleh Muhajirin, Ismunanadar dan Kamaludin, (2018) mengatakan bahwa suasana toko tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

4. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil yang positif menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Swalayan Sarikat Jaya. Hasil yang signifikan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu menjadi faktor penentu keputusan pembelian dengan alasan, pelayanan Swalayan Sarikat Jaya mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya, selain itu pelayanan Swalayan Sarikat Jaya cepat dan tanggap.

Hal ini sesuai dengan teori Tjiptono, (2011:59) mengatakan bahwa kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan tingkat keunggulan dalam memenuhi apa yang diinginkan konsumen sampai tahap pembelian. Kualitas pelayanan yang baik membuat konsumen merasa dihargai dan juga merasa puas dengan apa yang sudah dilakukan oleh penjual dengan membantu apa yang akan dicari, ketidakpuasan konsumen menjadi puas jika mendapatkan pelayanan yang baik. Hasil ini juga diperkuat penelitian terdahulu oleh Punky dan Sri, (2017) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.