

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Dekriptif Data

Deksriptif data merupakan suatu gambaran data yang digunakan dalam suatu penelitian. Dalam suatu penelitian, pengujian deksriptif data perlu dilakukan untuk mengetahui gambaran ataupun kondisi dari berbagai karakteristik data yang berasal dari suatu sampel¹.

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh citra toko, kualitas pelayanan dan diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian terhadap keputusan pembelian pada 212 Mart cabang Garuda Medan. Penelitian ini diawali dengan penyebaran instrumen penelitian berupa kuesioner yang diberikan kepada konsumen 212 Mart cabang Garuda Medan dengan jumlah sampel yang telah ditentukan sebelumnya yaitu 60 responden.

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer. Data primer diperoleh dengan cara menyebar kuesioner pada bulan Juni 2021 yang terdiri dari 20 pertanyaan yang setiap variabelnya memiliki 5 pertanyaan, dimana setiap pertanyaan diukur menggunakan skala *likert* serta untuk melihat hasil pengujian data penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 16.0.

¹ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020), hal.122.

1. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki beberapa karakteristik dalam penyebaran kuesioner yang meliputi: jenis kelamin, usia dan pendidikan terakhir. Maka dari itu, karakteristik responden disajikan sebagai berikut:

a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Deksripsi karakteristik berdasarkan jenis kelamin para responden disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Laki-laki	23	38,3%
2.	Perempuan	37	61,7%
Jumlah		60	100%

Sumber: Pengelolaan Data SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.1, dapat dilihat bahwa dari 60 responden konsumen 212 Mart cabang Garuda Medan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, diketahui dari jumlah tersebut responden perempuan sebanyak 37 orang atau 61,7% sedangkan responden laki-laki sebanyak 23 orang atau 38,3%.

b. Karakteristik Berdasarkan Usia

Deksripsi karakteristik berdasarkan usia para responden disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	10 - 19 tahun	7	11,7%
2.	20 – 29 tahun	19	31,7%
3.	30 – 39 tahun	19	31,7%

4.	40 – 49 tahun	10	16,7%
5.	>50 tahun	5	8,3%
Jumlah		60	100%

Sumber: Pengelolaan Data SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.2, dapat dilihat bahwa dari 60 responden konsumen 212 Mart cabang Garuda Medan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, usia 20 - 29 tahun serta usia 30 – 39 tahun lebih banyak berbelanja di 212 Mart cabang Garuda Medan dengan jumlah sebanyak 31 responden dengan persentase 31,7% sedangkan untuk usia 10 – 19 tahun sebanyak 7 orang atau 11,7%, usia 40 – 49 tahun sebanyak 16,7% dan usia > 50 tahun sebanyak 5 orang atau 8,3%.

c. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan

Deksripsi karakteristik berdasarkan pendidikan para responden disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	SD	3	5,0%
2.	SMP	11	18,3%
3.	SMA/SMK	34	56,7%
4.	SARJANA	12	20,0%
Jumlah		60	100%

Sumber: Pengelolaan Data SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.3, dapat dilihat bahwa dari pendidikan terakhir responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini disimpulkan bahwa pendidikan terakhir konsumen yang lebih dominan berada pada tingkat pendidikan SMA/SMK sebanyak 34 responden dengan tingkat persentase

56,7%, sedangkan untuk tingkat pendidikan SD sebanyak 3 responden atau 5,0%, tingkat pendidikan SMP sebanyak 11 responden atau 18,3% dan tingkat pendidikan Sarjana sebanyak 12 responden atau 20,0%.

B. Deskripsi Variabel Penelitian

1. Variabel Citra Toko

Tabel 4.4

Skor Angket Variabel Citra Toko (X1)

No	Pernyataan Citra Toko	SS 5	S 4	RR 3	TS 2	STS 1
1.	Lokasi toko 212 Mart cabang Garuda Medan mudah dijangkau, berada dipusat keramaian dan memiliki lahan parkir yang aman(Lokasi)	46,7 %	48,3 %	5,0 %		
2.	Harga yang ditawarkan toko 212 Mart cabang Garuda lebih murah dibandingkan toko sejenis lainnya. (Harga)	31,7 %	52,3 %	13,3 %	1,7 %	
3.	Karyawan memberikan pelayan dengan sopan dan ramah dengan mengucapkan “Assalammualaikum” kepada setiap konsumen serta memiliki ketepatan dan kesigapan dalam pelayanan yang diberikan (Pelayanan Toko)	43,3 %	51,7 %	3,3 %	1,7 %	
4.	Produk yang terdapat di dalam toko bervariasi serta memiliki kualitas yang baik dan telah terjamin label halal-nya. (Produk)	38,3 %	50,0 %	8,3 %	3,3 %	
5.	Toko memberikan fasilitas yang baik berupa tata letak barang untuk memudahkan konsumen ketika berbelanja. (Fasilitas Fisik)	25,0 %	48,3 %	23,3 %	3,3 %	

Sumber: Pengelolaan Data SPSS 2016

Berdasarkan hasil analisis tabel 4.5 dapat dilihat bahwasanya jawaban pertanyaan dari variabel citra toko, para responden memiliki mayoritas

jawaban setuju dan sangat setuju, hal ini dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang disebarakan kepada para responden sesuai dengan pemikiran para konsumen ketika berbelanja di 212 Mart cabang Garuda Medan.

2. Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 4.5
Skor Angket Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pernyataan Kualitas Pelayanan	SS 5	S 4	RR 3	TS 2	STS 1
1.	Kualitas pelayanan yang diberikan oleh 212 Mart Cabang Garuda Medan sesuai dengan yang diharapkan dan memuaskan. (Kehandalan)	23,3 %	66,7 %	8,3 %	1,7 %	
2.	Kualitas pelayanan yang diberikan oleh 212 Mart Cabang Garuda Medan cepat, tanggap dan tepat kepada para konsumen serta dapat memberikan informasi yang jelas. (Daya tanggap)	33,3 %	48,3 %	13,3 %	1,7 %	3,3 %
3.	Pelayanan yang diberikan menciptakan rasa aman dan nyaman kepada para konsumen serta mampu memberikan respon yang baik terhadap keluhan-keluhan konsumen. (Jaminan)	30,0 %	55,0 %	11,7 %		3,3 %
4.	Karyawan memberikan perhatian individual serta mengutamakan kepentingan pengguna jasa. (Empati)	30,0 %	48,3 %	15,0 %	5,0 %	1,7 %
5.	Toko memberikan fasilitas yang baik berupa tata letak barang untuk memudahkan konsumen ketika berbelanja. (Fasilitas Fisik)	26,7 %	40,0 %	21,7 %	8,3 %	3,3 %

Sumber: Pengelolaan Data SPSS 16.0

Berdasarkan hasil analisis tabel 4.6 dapat dilihat bahwasanya jawaban pertanyaan dari variabel kualitas pelayanan, para responden memiliki

mayoritas jawaban setuju dan sangat setuju, hal ini dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang disebarakan kepada para responden sesuai dengan pemikiran para konsumen ketika berbelanja di 212 Mart cabang Garuda Medan.

3. Variabel Diferensiasi Produk

Tabel 4.6
Skor Angket Variabel Diferensiasi Produk (X3)

No	Pernyataan Diferensiasi Produk	SS 5	S 4	RR 3	TS 2	STS 1
1.	Produk yang dijual memiliki kualitas produk yang baik dan terjamin label halal. (Kualitas produk)	38,3 %	51,7 %	5,0 %	5,0 %	
2.	Produk yang dijual memiliki karakteristik keistimewaan yang baik dibandingkan produk-produk yang dijual dalam toko sejenis lainnya serta sering melakukan promosi. (Keistemewaan)	28,3 %	56,7 %	11,7 %	1,7 %	1,7 %
3.	Produk yang dijual memiliki tahan produk yang baik seperti tanggal kadaluarsa (<i>expired</i>) yang lama. (Daya Tahan Produk)	28,3 %	56,7 %	11,7 %	3,3 %	1,7 %
4.	Produk yang dijual memiliki kualitas yang baik sehingga memiliki manfaat bagi para konsumen seperti produk-produk kesehatan. (Keandalan)	33,3 %	55,0 %	11,7 %		
5.	Produk yang dijual memiliki desain yang bagus dan mampu menarik minat konsumen. (Desain Produk)	23,3 %	43,3 %	23,3 %	8,3 %	1,7 %

Sumber: Pengelolaan Data SPSS 16.0

Berdasarkan hasil analisis tabel 4.7 dapat dilihat bahwasanya jawaban pertanyaan dari variabel diferensiasi produk, para responden memiliki

mayoritas jawaban setuju dan sangat setuju, hal ini dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang disebarakan kepada para responden sesuai dengan pemikiran para konsumen ketika berbelanja di 212 Mart cabang Garuda Medan.

4. Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 4.7

Skor Angket Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan Keputusan Pembelian	SS 5	S 4	RR 3	TS 2	STS 1
1.	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada 212 Mart Cabang Garuda Medan karena memiliki citra toko yang baik dan positif bagi para konsumen.	31,7 %	61,7 %	3,3 %	3,3 %	
2.	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada 212 Mart Cabang Garuda Medan karena memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada para konsumen.	30,0 %	61,7 %	5,0 %	1,7 %	1,7 %
3.	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada 212 Mart Cabang Garuda Medan karena setiap produk yang dijual terjamin label halal-nya dan memiliki kualitas produk yang baik.	28,3 %	56,7 %	11,7 %	3,3 %	
4.	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada 212 Mart Cabang Garuda Medan karena harga yang ditawarkan relatif lebih murah dibanding toko sejenis lainnya.	21,7 %	60,0 %	13,3 %	1,7 %	3,3 %
5.	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada 212 Mart Cabang Garuda Medan karena memiliki karakteristik	23,3 %	51,7 %	18,7 %	5,0 %	3,3 %

	produk yang berbeda dengan toko sejenis lainnya.					
--	--	--	--	--	--	--

Sumber: Pengelolaan Data SPSS 16.0

Berdasarkan hasil analisis tabel 4.8 dapat dilihat bahwasanya jawaban pertanyaan dari variabel keputusan pembelian, para responden memiliki mayoritas jawaban setuju dan sangat setuju, hal ini dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang disebarkan kepada para responden sesuai dengan pemikiran para konsumen ketika berbelanja di 212 Mart cabang Garuda Medan.

C. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur dan mengetahui seberapa besar suatu item yang menunjukkan tingkat keandalan suatu alat ukur bertujuan untuk mengukur dan mengetahui apakah valid atau tidaknya suatu nilai kuesioner yang digunakan.

Dalam penelitian ini pengujian validitas menggunakan aplikasi SPSS versi 16.0 dilakukan terhadap 60 responden. Teknik yang digunakan untuk mengukur setiap pernyataan-pernyataan dalam kuesioner adalah Korelasi *Product Moment* dari *Karl Pearson* dengan ketentuan pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05, maka setiap pertanyaan dapat dikatakan valid ataupun sebaliknya..

Nilai r_{tabel} sebesar diperoleh melalui rumus df (*degree of freedom*) = $n - 2 = 60 - 2 = 58$, maka jika dilihat dari t_{tabel} diperoleh nilai sebesar 0,214. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan terhadap variabel-variabel yang diteliti, maka hasil pengujian dipaparkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Citra Toko (X_1)

Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig	keterangan
X.1	0,685	0,214	0,000	Valid
X.2	0,803	0,214	0,000	Valid
X.3	0,733	0,214	0,000	Valid
X.4	0,750	0,214	0,000	Valid
X.5	0,707	0,214	0,000	Valid

Sumber : Pengolahan Data SPSS 16.0

Berdasarkan hasil tabel 4.8, maka dapat dilihat bahwa seluruh butir pernyataan untuk variabel citra toko dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,214 dengan tingkat signifikansi seluruh butir pernyataan $< 0,05$.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig	keterangan
X.1	0,745	0,214	0,000	Valid
X.2	0,885	0,214	0,000	Valid
X.3	0,863	0,214	0,000	Valid
X.4	0,881	0,214	0,000	Valid
X.5	0,792	0,214	0,000	Valid

Sumber : Pengolahan Data SPSS 16.0

Berdasarkan hasil tabel 4.9, maka dapat dilihat bahwa seluruh butir pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid, karena

$r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,214 dengan tingkat signifikansi seluruh butir pernyataan $< 0,05$.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Diferensiasi Produk(X₃)

Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig	keterangan
X.1	0,715	0,214	0,000	Valid
X.2	0,722	0,214	0,000	Valid
X.3	0,895	0,214	0,000	Valid
X.4	0,868	0,214	0,000	Valid
X.5	0,750	0,214	0,000	Valid

Sumber : Data Pengolahan SPSS 16.0

Berdasarkan hasil tabel 4.10, maka dapat dilihat bahwa seluruh butir pernyataan untuk variabel diferensiasi produk dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,214 dengan tingkat signifikansi seluruh butir pernyataan $< 0,05$.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan(Y)

Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig	keterangan
X.1	0,829	0,214	0,000	Valid
X.2	0,816	0,214	0,000	Valid
X.3	0,686	0,214	0,000	Valid
X.4	0,837	0,214	0,000	Valid
X.5	0,579	0,214	0,000	Valid

Sumber : Data Pengolahan SPSS 16.0

Berdasarkan hasil tabel 4.11, maka dapat dilihat bahwa seluruh butir pernyataan untuk variabel keputusan pembelian dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,214 dengan tingkat signifikansi seluruh butir pernyataan $< 0,05$.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas merupakan lanjutan dari pengujian validitas yang dilakukan untuk mengetahui suatu konsistensi alat ukur pada kuesioner. Uji reliabilitas menunjukkan suatu pengukuran yang dilakukan berulang-ulang kali dapat menunjukkan hasil yang konsisten.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach Alpha* (skala rentangan) dengan aplikasi SPSS versi 16.0, dengan hasil pengujian dapat dilihat dari hasil output *Reliability Stastistic*. Dengan kriteria uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 4.12
Tingkat Keandalan Koefesien Reliabilitas

Batasan Koefesien Reliabilitas	Tingkat Keandalan
0,00 ^s / _d 0,20	Kurang Reliabel
0,20 ^s / _d 0,30	Agak Reliabel
0,40 ^s / _d 0,60	Cukup Reliabel
0,60 ^s / _d 0,80	Reliabel
0,80 ^s / _d 1,00	Sangat Reliabel

Dalam penelitian ini berdasarkan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan terhadap 60 responden dan diperoleh hasil pengujian reliabilitas terhadap setiap variabel-variabel yang diteliti, maka dari itu dipaparkan dalam bentuk tabel yaitu sebagai berikut:

Gambar 4.1 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Toko (X₁)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.785	5

Sumber: Data Pengolahan SPSS 16.0

Berdasarkan hasil keterangan gambar 4.1, maka dapat dilihat bahwa variabel citra toko memiliki Cronbach's Alpha yang sebesar 0,785 yang berada pada kategori reliabel (terletak di dalam rentang 0,60 s/d 0,80). Maka dapat disimpulkan bahwasanya variabel citra toko yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Gambar 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.884	5

Sumber: Data Pengolahan SPSS 16.0

Berdasarkan hasil keterangan gambar 4.2, maka dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki Cronbach's Alpha yang sebesar 0,884 yang berada pada kategori sangat reliabel (terletak di dalam rentang 0,80 s/d 1,00). Maka dapat disimpulkan bahwasanya variabel kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Gambar 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Diferensiasi Produk (X₃)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.841	5

Sumber: Data Pengolahan SPSS 16.0

Berdasarkan hasil keterangan gambar 4.3, maka dapat dilihat bahwa variabel diferensiasi produk memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,841 yang berada pada kategori sangat reliabel (terletak di dalam rentang

0,80 s/d 1,00). Maka dapat disimpulkan bahwasanya variabel diferensiasi produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Gambar 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.788	5

Sumber: Data Pengolahan SPSS 16.0

Berdasarkan hasil keterangan gambar 4.4, maka dapat dilihat bahwa variabel keputusan pembelian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,788 yang berada pada kategori reliabel (terletak di dalam rentang 0,60 s/d 0,80). Maka dapat disimpulkan bahwasanya variabel diferensiasi produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

5. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

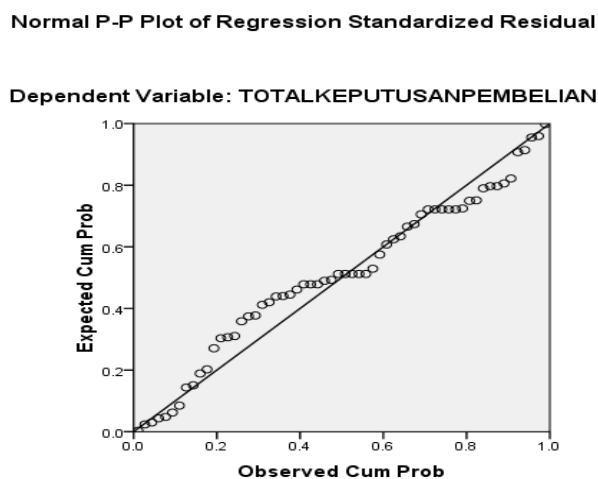
Dalam pengujian normalitas yang dilakukan digunakan untuk melihat apakah dalam suatu model regresi, apakah data variabel dependen dan variabel indenpenden terdistribusi secara normal atau tidak.

Dalam penelitian ini untuk melihat apakah data terdistribusi secara normal, maka dilakukan pengujian normalitas dengan melihat melihat penyebaran data pada grafik *Normal P-Plot of Regression standarlized residual*, dimana jika data menyebar mengikuti garis diagonal dan menyebar mengikuti arah garis diagonal maka data tersebut terdistribusi secara normal atau dengan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*, dengan

nilai tingkat signifikansi sebesar $> 0,05$, maka data berdistribusi secara normal.

Berdasarkan pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS 2016, maka dapat diketahui uji normalitas yang dilakukan dengan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dan pada grafik *P-Plot of Regression standarlized residual*,

Gambar 4.5
Normal Probability Plot



Gambar 4.6
Nilai Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.91456930
Most Extreme Differences	Absolute	.109
	Positive	.089
	Negative	-.109
Kolmogorov-Smirnov Z		.848
Asymp. Sig. (2-tailed)		.468

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.91456930
Most Extreme Differences	Absolute	.109
	Positive	.089
	Negative	-.109
Kolmogorov-Smirnov Z		.848
Asymp. Sig. (2-tailed)		.468
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Data Pengolahan SPSS 16.0

Berdasarkan hasil uji normalitas melalui *standardized residual*, dengan melihat grafik *P-Plot of Regression*, dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga data dalam regresi penelitian ini normal.

Untuk lebih memastikan hasil uji normalitas dalam model regresi penelitian ini, maka dilakukan pengujian melalui *metode Kolmogorov-Smirnov*, berdasarkan gambar 4.6 diperoleh hasil output dengan tingkat signifikansi $0,468 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal dan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan suatu pengujian antar variabel independen yang terdapat didalam suatu model regresi apakah model regresi tersebut ditemukan adanya suatu korelasi yang kuat antar variabel

independen. Untuk melihat apakah dalam suatu model regresi terdapat gejala multikonearitas atau tidak, dilihat dari jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 maka tidak ada gejala multikolinearitas.

Adapun hasil pengujian dari uji multikonearitas dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 4.7
Uji Multikonearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1(Constant)		
TOTALCITRATOKO	.666	1.503
TOTALKUALITASPELAYANAN	.479	2.087
TOTALDIFRENSIASIPRODUK	.489	2.044

a. Dependent Variable:

TOTALKEPUTUSANPEMBELIAN

Sumber: Data Pengolahan SPSS 16.0

Berdasarkan hasil uji multikonearitas, dapat dilihat bahwa variabel-variabel yang digunakan dalam model regresi penelitian ini tidak terdapat gejala multikonearitas dimana variabel bebas menunjukkan nilai *tolerance* > 0,10 serta nilai VIF < 10,00 , maka dapat disimpulkan dalam model regresi penelitian ini variabel-variabel yang digunakan terbebas dari gejala multikonearitas.

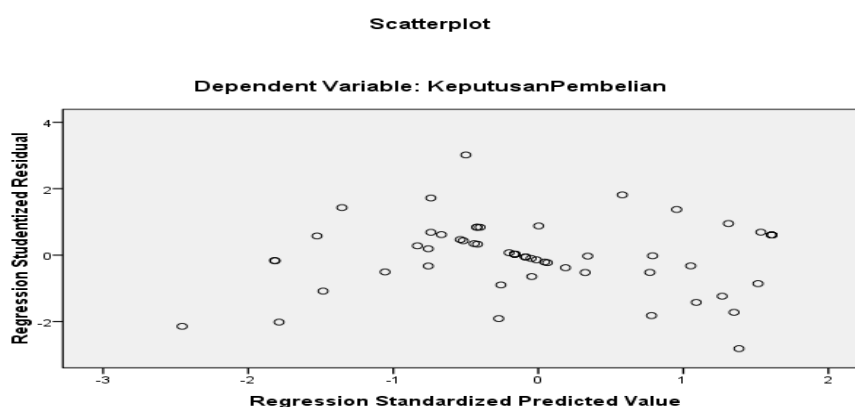
3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji varian-varian variabel didalam suatu pengamatan model regresi yang menilai apakah terdapat suatu ketidaksamaan varians dari satu residual pengamatan ke pengamatan lainnya.

Dalam penelitian ini untuk menguji apakah terdapat gejala heteroskedastisitas, maka dilakukan dengan melihat pola gambar scatterplots dalam hasil output SPSS 16.0, regresi yang tidak terjadi heterokedastisitas apabila, jika titik-titik data tidak menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja serta penyebaran titik-titik tidak berpola.

Adapun hasil pengujian dari uji multikonearitas dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 4.8
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Pengolahan SPSS 16.0

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilihat dari gambar dapat dilihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk

suatu pola tertentu yang jelas serta tersebar dari atas maupun dibawah. Hal ini berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen secara kuantitatif. Berikut ini hasil analisis regresi linear berganda yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi program SPSS 16.0 sebagai berikut:

Gambar 4.8
Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.324	2.210		1.956
	TOTALCITRATOKO	.166	.123	.145	1.353
	TOTALKUALITAS PELAYANAN	.042	.102	.052	.413
	TOTALDIFERENSIASI PRODUK	.573	.114	.629	5.022

a. Dependent Variable: TOTALKEPUTUSANPEMBELIAN

Sumber: Data Pengolahan SPSS 16.0

Dari model regresi linear berganda, maka persamaannya adalah:

$$Y = 4.324 + 0,166 X_1 + 0,042 X_2 + 0,573 X_3.$$

Dimana :

γ = variabel independen

α = konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = koefisien-koefisien regresi parsial

χ_1, χ_2, χ_3 = variabel independen.

u_1 = residual/standar error.

7. Uji Hipotesis

1. Koefesien Determinasi (R^2)

Koefesien determinasi merupakan suatu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini dilakukan pengujian koefesien determinasi terhadap variabel independen (Citra Toko, Kualitas Pelayanan dan Diferensiasi Produk) dalam menerangkan variabel dependen (Keputusan Pembelian).

Berikut ini hasil analisis koefesien determinasi yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi program SPSS 16.0 sebagai berikut:

Gambar 4.9
Hasil Uji Analisis Koefesien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.755 ^a	.570	.547	1.96518

a. Predictors: (Constant), DiferensiasiProduk, CitraToko, KualitasPelayanan

Sumber: Data Pengolahan SPSS 16.0

Berdasarkan hasil koefesien determinasi dalam penelitian ini dilihat bahwa koefesien determinasi yang diperoleh sebesar 0,547 atau 54,7% dengan tiga variabel bebas yaitu variabel Citra Toko (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Diferensiasi Produk (X3). Artinya variabel Citra

Toko (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Diferensiasi Produk (X3) mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian sebesar 54,7%, sedangkan sisanya 45,3% dipengaruhi oleh variabel lain.

2. Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan dalam suatu penelitian untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel bebas secara parsial. Dilihat dari hasil uji signifikansi 0,05 dengan kesimpulan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti H_0 diterima atau H_a ditolak, dan apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} diperoleh berdasarkan rumus $df(\text{degree of freedom}) = n - k = 60 - 4 = 56$. Maka diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1.6725.

Berikut ini hasil uji t (uji parsial) yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi program SPSS 16.0 sebagai berikut:

Gambar 4.10
Hasil Uji T (Uji Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.324	2.210		1.956	.055
CitraToko	.166	.123	.145	1.353	.182
KualitasPelayanan	.042	.102	.052	.413	.681
DiferensiasiProduk	.573	.114	.629	5.022	.000

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Sumber: Data Pengolahan SPSS 16.0

a. Pengaruh Citra Toko (X1) terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4.10, mengenai pengaruh citra toko terhadap keputusan pembelian diperoleh $t_{hitung} 1.353 < t_{tabel} 1.6725$ dengan signifikansi $0,182 > 0,05$. Maka dari itu hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra toko (X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada 212 Mart cabang Garuda Medan.

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4.10, mengenai pengaruh citra toko terhadap keputusan pembelian diperoleh $t_{hitung} 0,052 < t_{tabel} 1.6725$ dengan signifikansi $0,682 > 0,05$. Maka dari itu hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada 212 Mart cabang Garuda Medan.

c. Pengaruh Diferensiasi Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4.10, mengenai pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian diperoleh $t_{hitung} 5.022 > t_{tabel} 1.6725$ dengan signifikansi $0,00 < 0,05$. Maka dari itu hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel diferensiasi produk (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada 212 Mart cabang Garuda Medan.

3. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji dan mengetahui apakah variabel bebas memiliki pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Berikut ini hasil uji f (uji simultan) yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi program SPSS 16.0 sebagai berikut:

Gambar 4.11
Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	286.331	3	95.444	24.714	.000 ^a
	Residual	216.269	56	3.862		
	Total	502.600	59			

a. Predictors: (Constant), DiferensiasiProduk, CitraToko, KualitasPelayanan

b. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Sumber: Data pengolahan SPSS 16.0

Dengan rumus $F_{\text{tabel}} = F(K; n-k)$, $F = (4; 60-4) = (4;56)$, maka jika dilihat dari tabel distribusi F diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,54 dengan tingkat signifikansi 0,05.

Dari gambar 4.11 uji F tentang pengaruh citra toko, kualitas pelayanan dan diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai $F_{\text{hitung}} 24.714 > F_{\text{tabel}} 2,54$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya citra toko, kualitas pelayanan dan diferensiasi produk berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian pada 212 Mart cabang Garuda Medan.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Citra Toko terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian diatas mengenai pengaruh citra toko terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa $t_{hitung} 1.353 < t_{tabel} 1.6725$ dengan signifikansi $0,182 > 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel citra toko (X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

Dalam penelitian ini citra toko (X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) disebabkan karena citra toko dalam penelitian ini memiliki 5 indikator namun indikator harga dan fasilitas fisik tidak terlalu mendukung variabel citra toko.

Hal ini karena harga yang ditetapkan dalam 212 Mart Garuda memiliki perbedaan dengan harga retail sejenis seperti harga minyak serta fasilitas fisik yang diterapkan oleh 212 Mart Garuda juga belum maksimal seperti display barang yang kurang rapi, penempatan harga barang yang tidak sesuai tempat dan sebagainya, sehingga responden cenderung memilih skor yang rendah untuk indikator variabel tersebut.

Penelitian ini memiliki persamaan dan mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Trini Karina pada tahun 2020 yang menyatakan variabel citra toko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian².

² Trini Karina, *Pengaruh Suasana Toko dan Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Tekstil Kawangkoan*, Jurnal EMBA, Vol.8 No.4 Oktober 2020, Hal. 1008.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian diatas mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa diperoleh $t_{hitung} 0,052 < t_{tabel} 1.6725$ dengan signifikansi $0,682 > 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

Dalam penelitian ini kualitas pelayanan (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). disebabkan karena kualitas pelayanan dalam penelitian ini memiliki 5 indikator namun indikator daya tanggap (*responsiveness*) dan jaminan (*assurance*) tidak terlalu mendukung variabel citra toko.

Hal ini disebabkan karena para pegawai 212 Mart Garuda Medan tidak memberikan pelayanan yang cepat, tanggap dan tepat serta respon yang baik kepada para konsumen sehingga para konsumen tidak merasa puas terhadap pelayanan dan cenderung memilih skor yang rendah untuk indikator-indikator variabel tersebut.

Penelitian ini memiliki persamaan dan mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Herlina Nasution pada tahun 2018 yang menyatakan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian³.

³ Herlina Nasution, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Customer Serta Dampaknya pada Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Maskapai PT. Lion Air Jakarta)*, EKOBISMAN-Jurnal Ekonomi Manajemen, VOL.3 No.2, Hal. 189.

3. Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian diatas mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa diperoleh $t_{hitung} 5.022 > t_{tabel} 1.6725$ dengan signifikansi $0,00 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel diferensiasi produk (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

Variabel Diferensiasi Produk (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), hal ini disebabkan karena seluruh indikator dalam variabel diferensiasi produk yang terdiri dari kualitas produk, keistimewaan produk, daya tahan, kehandalan dan desain produk mendukung sehingga para responden cenderung memberikan skor yang tinggi terhadap setiap pernyataan-pernyataan yang terdapat didalam kuesioner.

Penelitian ini memiliki persamaan dan mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sunanta Syarif, pada tahun 2007 yang menyatakan variabel diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian⁴.

4. Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan dan Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan tentang pengaruh citra toko, kualitas pelayanan dan diferensiasi produk terhadap keputusan

⁴ Sunanta Syarif, *Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Flashdisk Kingston (Survei Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Manajemen Bisnis Universitas Indonesia)*, Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis, VOL 2, Hal 54.

pembelian diketahui bahwa nilai $F_{hitung} 24.714 > F_{tabel} 2,54$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi dalam penelitian ini dilihat bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,547 atau 54,7% sedangkan sisanya 45,3% dipengaruhi oleh variabel lain

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya citra toko, kualitas pelayanan dan diferensiasi produk berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian pada 212 Mart cabang Garuda Medan.

