

BAB IV

ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Giant Supermarket

a. Sejarah Singkat Giant Supermarket

Giant supermarket merupakan anak dari Hero Supermarket. Perusahaan yang bergerak di bidang ritel terbesar di Indonesia. Perusahaan ini berdiri pada tanggal 23 Agustus 1971 di Jl. Faletehan I No. 23, Kebayon Baru, Jakarta Selatan dengan luas gedung kurang lebih 251 meter persegi atau lebih tepat disebut toko swalayan dengan nama Hero Supermarket. Hero Supermarket lahir atas ide Muhammad Saleh Kurnia.

Tahun 1991 PT Hero Supermarket membuka toko swalayan kecil dengan konsep *convenience store* dan diberi nama Star Mart, yang melayani kebutuhan rumah tangga secara cepat dengan lokasi yang strategis. (PT Hero Supermarket, 2011)

Pada tanggal 26 Juli 2002, Giant hypermarket pertama dibuka berlokasi di Villa Melati Mas, Serpong-Tangerang. Giant hypermarket dengan mottonya “Banyak Pilihan Harga Lebih Murah” menyediakan jumlah barang yang besar antara Rp 35.000- Rp 50.000 item, 90% nya berasal dari produk lokal dan etnik. Giant ingin dikenal sebagai brand yang murah terjangkau dan dapat dipercaya.

Pada Agustus 2011 Hero Supermarket membuka gerai yang diberi nama Giant Ekspres yang didirikan di Jl. Jenderal Ahmad Yani Km. 5,5 Banjarmasin Timur. Giant Ekspres berfokus pada penyediaan produk, makanan laut, daging, bahan makanan, produk rumah tangga dan barang umum. Giant Ekspres berencana untuk tumbuh lebih tinggi dengan menyediakan berbagai macam produk dengan harga rendah dan terkenal. (PT Hero Supermarket, 2011)

b. Visi dan Misi Giant Ekspres

Visi: Menjadi peritel terkemuka di Indonesia dalam segi penjualan dan penciptaan nilai jangka panjang bagi pemegang saham.

Misi: Meningkatkan nilai investasi pemegang saham kami melalui keberhasilan komersial dengan menarik pelanggan dan meningkatkan daya saing yang mantap. (PT Hero Supermarket, 2011)

2. Data Penelitian

a. Karakteristik Responden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Giant Ekspres Banjarmasin sebanyak 100 responden dan data ini menggambarkan keadaan responden sebagai informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi: jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan intensitas belanja. Hasil data yang diperoleh menunjukkan gambaran sebagai berikut:

1) Jenis Kelamin

Tabel IV
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	F	%
Perempuan	64	64%
Laki-Laki	36	36%
Total	100	100 %

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel jenis kelamin di atas responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 64%, sedangkan responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 34%. Jadi, dapat disimpulkan responden yang berjenis kelamin perempuan lebih banyak dari pada responden yang berjenis kelamin laki-laki.

2) Usia

Tabel V
Data Responden Berdasarkan Usia

Kelompok Usia	F	%
<25 Tahun	49	49%
26-35 Tahun	13	13%
36-55 Tahun	27	27%
>55 Tahun	11	11%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa rata-rata usia responden Giant Ekspres Banjarmasin yaitu <25 tahun sebanyak 49%, 26-35 tahun sebanyak 13%, 36-55 tahun sebanyak 27% dan >55 tahun sebanyak 11%.

3) Pendidikan Terakhir

Tabel VI
Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	F	%
SD/ MI	0	0%
SMP/ MTS	5	5%
SMA/ MA	46	46%
S1	47	47%
S2	2	2%
S3	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Data dari tabel di atas menunjukkan bahwa rata-rata pendidikan terakhir responden Giant Ekspres Banjarmasin yaitu, SD/ MI sebanyak 0%, SMP/ MTS sebanyak 5%, SMA/ MA sebanyak 46%, S1 sebanyak 47%, S2 sebanyak 2% dan S3 sebanyak 0%.

4) Pekerjaan

Tabel VII
Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	F	%
PNS	30	30%
Karyawan Swasta	9	9%
Pelajar/ Mahasiswa	28	28%
Wiraswasta	8	8%
Lainnya	25	25%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Data dari tabel di atas menunjukkan bahwa rata-rata pekerjaan responden Giant Ekspres Banjarmasin yaitu, PNS sebanyak 30%, karyawan swasta 9%, pelajar/ mahasiswa 28%, wiraswasta sebanyak 8% dan lainnya sebanyak 25%.

5) Intensitas Belanja

Tabel VIII
Data Responden Berdasarkan Intensitas Belanja

Intensitas Belanja	F	%
2 kali	49	49%
3 kali	21	21%
Lebih dari 3 kali	30	30%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Data dari tabel di atas menunjukkan bahwa rata-rata intensitas responden Giant Ekspres Banjarmasin yaitu, 2 kali sebulan sebanyak 49%, 3 kali sebulan sebanyak 21% dan lebih dari 3 kali sebanyak 30%.

3. Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pernyataan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pernyataan yang telah diuji kevalidannya pada program spss. Hasil r_{hitung} bandingkan dengan r_{tabel} dimana $df = n - 2$ dengan nilai sig. 5%. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dianggap valid. Dalam uji validitas terdapat beberapa kriteria yang harus dipenuhi agar suatu variabel dapat dikatakan valid yaitu:

1) Tingkat signifikansi sebesar 0,05

2) $df = 100 - 2 = 98$

didapat nilai $r_{tabel} = 0,165$ (r_{tabel} untuk $n = 98$)

- 3) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai positif maka butir pernyataan dari masing-masing indikator tersebut dinyatakan valid.

Hasil analisis di atas variabel independen dan variabel dependen dapat dilihat dari tabel IX sebagai berikut:

Tabel IX
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Harga (X1)	1	0,572	0,165	Valid
	2	0,616	0,165	Valid
	3	0,513	0,165	Valid
	4	0,572	0,165	Valid
	5	0,434	0,165	Valid
	6	0,585	0,165	Valid
Kelengkapan Produk (X2)	1	0,393	0,165	Valid
	2	0,514	0,165	Valid
	3	0,433	0,165	Valid
	4	0,505	0,165	Valid
Minat Beli Ulang (Y)	1	0,868	0,165	Valid
	2	0,889	0,165	Valid
	3	0,852	0,165	Valid

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Dari tabel hasil uji validitas di atas dapat dilihat bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pernyataan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan. Jika nilai $Alpha > 0,60$ maka

reliabilitas. Hasil uji reliabilitas secara keseluruhan disajikan sebagai berikut:

Tabel X
Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,911	,912	13

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Dapat terlihat dari nilai *Cronbach's Alpha* di atas, jika nilai *Alpha* > 0,60 maka item-item pernyataan dari setiap variabel dalam penelitian ini reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0,911 lebih besar dari 0,60 maka dinyatakan reliabel.

c. Deskripsi Variabel

Dari data yang diperoleh melalui hasil pembagian kuesioner kepada responden, maka gambaran yang berkaitan dengan pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap minat beli ulang konsumen Giant Ekspres Banjarmasin dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Variabel Harga (X_1)

- a) Indikator harga barang-barang yang ditetapkan Giant Ekspres terjangkau

Tabel XI
Jawaban Responden Terhadap harga barang-barang yang ditetapkan Giant Ekspres terjangkau

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	34	34%

2	Setuju	44	44%
3	Netral	20	20%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat responden yang memilih sangat setuju sebanyak 34 orang (34%), responden yang memilih setuju sebanyak 44 orang (44%), responden yang memilih netral sebanyak 20 orang (20%) dan responden yang memilih tidak setuju sebanyak 2 orang (2%). Untuk jawaban sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 44 orang atau 44%, yang artinya konsumen setuju dengan harga barang-barang yang ditetapkan Giant Ekspres terjangkau.

b) Indikator harga barang-barang Giant Ekspres sesuai dengan kualitas yang ditawarkan

Tabel XII
Jawaban Responden Terhadap harga yang ditetapkan
Giant Ekspres sesuai dengan kualitas
yang ditawarkan

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	29	29%
2	Setuju	59	59%
3	Netral	12	12%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat responden yang memilih sangat setuju sebanyak 29 orang (29%), responden yang

memilih setuju sebanyak 59 orang (59%) dan responden yang memilih netral sebanyak 12 orang (12%). Sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju sebanyak 59 orang atau 59%, yang artinya konsumen setuju dengan harga barang-barang yang ditetapkan Giant Ekspres sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.

c) Indikator harga yang ditetapkan Giant Ekspres relatif murah daripada supermarket lain.

Tabel XIII
Jawaban Responden Terhadap harga yang ditetapkan Giant Ekspres relatif murah daripada supermarket lain

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	16	16%
2	Setuju	46	46%
3	Netral	33	33%
4	Tidak Setuju	5	5%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat responden yang memilih sangat setuju sebanyak 16 orang (16%), responden yang memilih setuju sebanyak 46 orang (46%), responden yang memilih netral sebanyak 33 orang (33%) dan responden yang memilih tidak setuju sebanyak 5 orang (5%). Sedangkan untuk jawaban sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju sebanyak 46 orang atau 46%, yang artinya konsumen setuju dengan harga

yang ditetapkan Giant Ekspres relatif murah daripada supermarket lainnya.

d) Indikator harga yang ditetapkan Giant Ekspres sesuai dengan manfaat yang diterima

Tabel XIV
Jawaban Responden Terhadap harga yang ditetapkan Giant Ekspres sesuai dengan manfaat yang diterima

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	24	24%
2	Setuju	56	56%
3	Netral	20	20%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Dari tabel di atas dapat dilihat responden yang memilih sangat setuju sebanyak 24 orang (24%), responden yang memilih setuju sebanyak 56 orang (56%) dan responden yang memilih netral sebanyak 20 orang (20%). Sedangkan untuk responden yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju sebanyak 56 orang atau 56%, yang artinya konsumen setuju dengan harga yang ditetapkan Giant Ekspres sesuai dengan manfaat yang diterima.

e) Indikator harga yang ditetapkan Giant Ekspres sesuai dengan daya beli masyarakat

Tabel XV
Jawaban responden terhadap harga yang ditetapkan Giant Ekspres
sesuai dengan daya beli masyarakat

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	14	14%
2	Setuju	56	56%
3	Netral	25	25%
4	Tidak Setuju	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Dari hasil tabel XV di atas menunjukkan bahwa responden yang memilih sangat setuju sebanyak 14 orang (14%), responden yang memilih setuju sebanyak 56 orang (56%). Kemudian responden yang memilih netral sebanyak 25 orang (25%) dan responden yang memilih tidak setuju sebanyak 4 orang (4%). Sedangkan responden yang memilih sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju sebanyak 56 orang (56%), yang artinya konsumen setuju dengan harga yang ditetapkan Giant Ekspres sesuai dengan daya beli masyarakat.

f) Indikator harga yang ditetapkan Giant Ekspres menjadi alasan untuk berkunjung kembali

Tabel XVI
Jawaban responden terhadap harga yang ditetapkan Giant Ekspres
menjadi alasan untuk berkunjung kembali

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	15	15%
2	Setuju	57	57%
3	Netral	27	27%
4	Tidak Setuju	1	1%

5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Dari tabel di atas dapat dilihat responden yang memilih sangat setuju sebanyak 15 orang (15%), responden yang memilih setuju sebanyak 57 orang (57%), responden yang memilih netral 27 orang (27%) dan responden yang memilih tidak setuju sebanyak 1 orang (1%). Sedangkan responden yang sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju sebanyak 57 orang (57%). Jadi dapat disimpulkan konsumen setuju dengan harga yang ditetapkan Giant Ekspres menjadi alasan untuk berkunjung kembali.

2) Variabel Kelengkapan Produk (X_2)

a) Indikator produk yang dijual Giant Ekspres beragam

Tabel XVII
Jawaban responden terhadap produk yang
dijual Giant Ekspres beragam

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	60	60%
2	Setuju	34	34%
3	Netral	6	6%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Dari tabel di atas dapat dilihat responden yang memilih sangat setuju sebanyak 60 orang (60%), responden yang memilih setuju sebanyak 34 orang (34%) dan responden yang memilih netral sebanyak 6 orang (6%). Sedangkan responden

yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah sangat setuju yaitu sebanyak 60 orang (60%), yang artinya konsumen sangat setuju produk yang dijual Giant Ekspres beragam.

b) Indikator produk yang dijual Giant Ekspres bervariasi

Tabel XVIII
Jawaban responden terhadap produk yang dijual
Giant Ekspres bervariasi

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	44	44%
2	Setuju	47	47%
3	Netral	9	9%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Dari tabel XVIII di atas dapat dilihat responden yang memilih sangat setuju sebanyak 44 orang (44%), responden yang memilih setuju sebanyak 47 orang (47%) dan responden yang memilih netral sebanyak 9 orang (9%). Sedangkan untuk responden yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil jawaban di atas dapat diketahui responden lebih banyak memilih setuju yaitu 47 orang (47%). Jadi, dapat disimpulkan konsumen setuju dengan produk yang dijual Giant Ekspres bervariasi.

c) Indikator ketersediaan produk impor maupun lokal yang dijual Giant Ekspres

Tabel XIX
Jawaban responden terhadap ketersediaan produk
impor maupun lokal yang dijual Giant Ekspres

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	15	15%
2	Setuju	69	69%
3	Netral	16	16%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Dari tabel di atas dapat dilihat responden yang memilih sangat setuju sebanyak 15 orang (15%), responden yang memilih setuju sebanyak 69 orang (69%) dan responden yang memilih netral sebanyak 16 orang (16%). Sedangkan untuk responden yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju sebanyak 69 orang atau 69%, yang artinya konsumen setuju dengan tersedianya produk impor maupun lokal yang dijual di Giant Ekspres.

d) Indikator bermacam merek yang dijual di Giant Ekspres

Tabel XX
Jawaban responden terhadap bermacam merek
yang dijual di Giant Ekspres

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	42	42%
2	Setuju	48	48%
3	Netral	10	10%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Dari tabel XX di atas dapat dilihat responden yang memilih sangat setuju sebanyak 42 orang (42%), responden yang memilih setuju sebanyak 48 orang (48%) dan responden yang memilih netral sebanyak 10 orang (10%). Sedangkan untuk responden yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil jawaban di atas dapat diketahui responden lebih banyak memilih setuju yaitu 48 orang (48%). Jadi, dapat disimpulkan konsumen setuju dengan bermacam merek yang dijual di Giant Ekspres.

3) Variabel Minat Beli Ulang (Y)

a) Indikator ketertarikan berbelanja di Giant Ekspres karena produk yang lengkap

Tabel XXI
Jawaban responden terhadap ketertarikan berbelanja
di Giant Ekspres karena produk yang lengkap

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	33	33%
2	Setuju	49	49%
3	Netral	16	16%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Dari tabel di atas dapat dilihat responden yang memilih sangat setuju sebanyak 33 orang (33%), responden yang memilih setuju sebanyak 49 orang (49%), responden yang memilih netral 16 orang (16%) dan responden yang memilih tidak setuju sebanyak 2 orang (2%). Sedangkan responden yang sangat tidak

setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju sebanyak 49 orang (49%). Jadi dapat disimpulkan konsumen setuju dengan ketertarikan berbelanja di Giant Ekspres karena termotivasi oleh produk yang lengkap.

b) Indikator keinginan berbelanja di Giant Ekspres karena rekomendasi dari keluarga maupun teman.

Tabel XXII
Jawaban responden terhadap keinginan berbelanja di Giant Ekspres karena rekomendasi dari keluarga maupun teman

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	27	27%
2	Setuju	45	45%
3	Netral	26	26%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Dari tabel XXII dapat dilihat responden yang memilih sangat setuju sebanyak 27 orang (27%), responden yang memilih setuju sebanyak 45 orang (45%), responden yang memilih netral 26 orang (26%) dan responden yang memilih tidak setuju sebanyak 2 orang (2%). Sedangkan responden yang sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju sebanyak 45 orang (45%). Jadi dapat disimpulkan konsumen setuju dengan keinginan berbelanja di Giant Ekspres karena rekomendasi dari keluarga maupun teman.

c) Indikator keyakinan dengan manfaat produk yang dibeli di Giant Ekspres

Tabel XXIII
Jawaban responden terhadap keyakinan dengan manfaat
produk yang dibeli di Giant Ekspres

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	25	25%
2	Setuju	60	60%
3	Netral	15	15%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Dari tabel XXIII dapat dilihat responden yang memilih sangat setuju sebanyak 25 orang (25%), responden yang memilih setuju sebanyak 60 orang (60%) dan responden yang memilih netral sebanyak 15 orang (15%). Sedangkan untuk responden yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju sebanyak 60 orang atau 60%, yang artinya konsumen setuju dan yakin terhadap manfaat produk yang dibeli di Giant Ekspres.

d. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan uji *kolmogrov-smirnov* dan dapat dinyatakan normal apabila hasil Standardized Residualnya memiliki nilai *kolmogrov-smirnov* > (0,05).

Tabel XXIV
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,27615683
Most Extreme Differences	Absolute	,051
	Positive	,046
	Negative	-,051
Test Statistic		,051
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Dengan nilai Sig. $\alpha = 0,05$, dapat disimpulkan bahwa Asymp. Sig. = 0,200 > Sig. $\alpha = 0,05$ maka data berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas antara variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model dan untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial atau pada masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *Tolerance*, dapat diterangkan sebagai berikut:

a) Nilai Tolerance

Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinieritas, sedangkan jika nilai *tolerance* $0,10$ maka terjadi multikolinieritas.

b) Nilai VIF

Jika nilai VIF $< 10,00$ maka tidak terjadi multikolinieritas, sedangkan jika nilai VIF $10,00$ maka terjadi multikolinieritas.

Tabel XXV
Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,311	1,193		,260	,795		
	Harga	,302	,046	,538	6,528	,000	,695	1,439
	Kelengkapan Produk	,277	,079	,288	3,491	,001	,695	1,439

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Dari hasil perhitungan tabel di atas tidak terjadi multikolinearitas pada kedua variabel yaitu harga dan kelengkapan produk terhadap minat beli ulang karena nilai *Tolerance* $> 0,10$ ($0,695 > 0,10$) dan nilai VIF $< 10,0$ ($1,439 < 10,00$).

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dengan uji glejser bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari

residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas yaitu:

- a) Tidak terjadi heteroskedastisitas, jika nilai t_{hitung} lebih kecil dari t -tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.
- b) Terjadi heteroskedastisitas, jika nilai t_{hitung} lebih besar dari t -tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Tabel XXVII
Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,475	,726		2,032	,045
	Harga	-,054	,028	-,229	-1,916	,058
	Kelengkapan Produk	,046	,048	,115	,963	,338
a. Dependent Variable: Abs_Res						

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai $\text{Sig. } X_1 = 0,058 > \text{Sig. } \alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heterokedastisitas, dan $\text{Sig. } X_2 = 0,338 > \text{Sig. } \alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

e. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas yaitu harga dan kelengkapan produk terhadap variabel terikat yaitu minat beli ulang. Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 0,311 + 0,302 + 0,277 + e$$

Keterangan:

Y : Minat Beli Ulang

X₁ : Harga

X₂ : Kelengkapan Produk

α : Nilai konstanta

b : Koefisien regresi

e : *error term* (standar error)

Tabel XXVIII
Model Persamaan Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,311	1,193		,260	,795
	Harga	,302	,046	,538	6,528	,000
	Kelengkapan Produk	,277	,079	,288	3,491	,001

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan hasil perhitungan model persamaan regresi linier berganda yang diambil dari tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Jika tidak terdapat pengaruh harga (X₁) dan kelengkapan produk (X₂) maka minat beli ulang naik sebesar 0,311.
- 2) Variabel harga (X₁) berpengaruh positif terhadap minat beli ulang (Y) yaitu nilai koefisien regresi sebesar 0,302 artinya jika harga mengalami kenaikan 1 (satuan) maka minat beli ulang akan mengalami kenaikan juga sebesar 0,302 dan

sebaliknya jika harga mengalami penurunan 1 (satuan) maka minat beli ulang akan mengalami penurunan pula sebesar 0,302.

- 3) Variabel kelengkapan produk (X_2) berpengaruh positif terhadap minat beli ulang (Y) yaitu nilai koefisien regresi sebesar 0,277 artinya jika kelengkapan produk mengalami kenaikan 1 (satuan) maka minat beli ulang akan mengalami kenaikan sebesar 0,277 dan sebaliknya jika kelengkapan produk mengalami penurunan sebesar 1 (satuan) maka minat beli ulang akan mengalami penurunan pula sebesar 0,277.

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap minat beli ulang Giant Ekspres Banjarmasin maka dapat dilakukan pengujian hipotesis penelitian terhadap variabel dengan pengujian sebagai berikut:

- 1) Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur proporsi variasi dalam variabel tidak bebas yang dijelaskan oleh regresi. Dimana nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1, jika nilai $R^2 = 1$ maka ada hubungan antara variasi X dan Y atau variasi Y dapat diterangkan oleh X secara keseluruhan. Hasilnya dapat dilihat pada tabel XXIX di bawah ini sebagai berikut:

Tabel XXIX
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,737 ^a	,543	,533	1,289

a. Predictors: (Constant), Kelengkapan Produk, Harga

b. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Dari hasil tabel XXIX diatas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R*² sebesar 0,533. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap minat beli ulang yang diterangkan oleh model persamaan ini sebesar 53,3%, sedangkan sisanya 46,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

2) Uji t (Uji signifikansi parsial)

Uji t dilakukan untuk memprediksi ada tidaknya pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Dimana uji t harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

a) Tingkat signifikansi sebesar 0,05

b) $t = \alpha/2 : n-k-1$

$t = 0,05/2 : 100-2-1$

didapat nilai $t_{\text{tabel}} = 1,984 (0,025 : 97)$

c) Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ dan tingkat sig. $0,000 < 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel XXX
Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,311	1,193		,260	,795
	Harga	,302	,046	,538	6,528	,000
	Kelengkapan Produk	,277	,079	,288	3,491	,001

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

(1) Dari hasil diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi

dinilai positif dan nilai variabel harga diperoleh $t_{hitung} =$

$6,528 > t_{tabel} = 1,984$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

Maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli ulang. Dengan demikian H_a dalam penelitian ini diterima.

(2) Dari hasil diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi

dinilai positif dan nilai variabel kelengkapan produk

diperoleh $t_{hitung} = 3,491 > t_{tabel} = 1,984$ dan tingkat

signifikansi $0,001 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa

kelengkapan produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli ulang. Dengan demikian H_a dalam penelitian ini diterima.

3) Uji F (uji simultan)

Uji F dilakukan untuk memprediksi ada tidaknya pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel XXXI
Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	191,361	2	95,680	57,564	,000 ^b
	Residual	161,229	97	1,662		
	Total	352,590	99			
a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang						
b. Predictors: (Constant), Kelengkapan Produk, Harga						

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Dari hasil tabel XXXI diatas, dimana nilai $F_{hitung} = 57,564 > F_{tabel} = 3,09$ dan nilai signifikansi harga (X_1) dan kelengkapan produk (X_2) secara simultan terhadap minat beli ulang (Y) adalah $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a dalam penelitian ini diterima yang berarti terdapat pengaruh X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y .

B. Laporan Penelitian

1. Pengaruh secara parsial harga terhadap minat beli ulang konsumen Giant Ekspres Banjarmasin

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis untuk variabel X_1 yaitu harga yang telah dilakukan maka diperoleh hasil $t_{hitung} = 6,528 > t_{tabel} = 1,984$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a dalam penelitian ini diterima. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli ulang.

Menurut Kotler dan Amstrong (2011), harga sebagai sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau suatu jasa. Secara lebih luas dapat

dikatakan bahwa harga ialah jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan (*benefit*) atas kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa. (Ari Setiyaningrum, 2015, hal. 128)

Adapun indikator harga Menurut Kotler (2008), yaitu:

a. Keterjangkauan Harga

Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan sesuai dengan target segmen pasar yang dipilih.

b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Penilaian konsumen terhadap besarnya pengorbanan finansial yang diberikan dalam kaitannya dengan spesifikasi yang berupa kualitas produk.

c. Daya saing harga

Harga yang ditawarkan lebih tinggi atau dibawah rata-rata daripada pesaing.

d. Kesesuaian harga dengan manfaat produksi

Konsumen akan merasakan puas ketika mereka mendapatkan manfaat setelah mengonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan.

e. Harga mempengaruhi daya beli konsumen

Harga yang ditetapkan dan diperkirakan akan mempengaruhi daya beli konsumen.

f. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan

Ketika harga tidak sesuai dengan kualitas dan konsumen tidak mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi, konsumen akan cenderung mengambil keputusan yang negatif yang artinya konsumen tidak memutuskan untuk melakukan pembelian, sebaliknya jika harga sesuai, konsumen akan mengambil keputusan positif yaitu melakukan pembelian.

Untuk harga yang ditawarkan oleh Giant Ekspres Banjarmasin dapat dijangkau oleh konsumen hal ini terlihat pada jawaban responden mengenai harga yang ditawarkan terjangkau yang menjawab setuju 44% dan sangat setuju 34% dan jika digabung berjumlah 78% hal ini berarti konsumen setuju bahwa harga yang ditawarkan dapat dijangkau oleh konsumen. Dari segi kesesuaian harga dengan kualitas produk, hal ini juga dapat dilihat dari jawaban responden mengenai pernyataan harga yang ditetapkan sesuai dengan mutu produk yang menjawab setuju 59% dan sangat setuju 29% dan jika digabung berjumlah 88% menjawab harga yang ditetapkan memang sesuai dengan kualitas produk yang diterima oleh konsumen. Dari segi harga yang ditetapkan Giant Ekspres lebih murah daripada supermarket lainnya, hal ini dapat dilihat responden yang menjawab setuju 46% dan responden yang menjawab sangat setuju 16%, yang artinya harga yang ditetapkan Giant Ekspres lebih murah daripada supermarket lainnya. Dari segi kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima responden yang menjawab setuju 56% dan responden yang menjawab sangat setuju 24%, yang artinya 78% responden yang membeli

produk dengan harga yang ditetapkan Giant Ekspres Banjarmasin sesuai dengan manfaat yang mereka dapatkan. Adapun dari segi kesesuaian harga yang ditetapkan Giant Ekspres Banjarmasin dengan kemampuan daya beli masyarakat responden yang menjawab setuju 56% dan responden yang menjawab sangat setuju 14%, yang artinya sebanyak 70% responden setuju dengan harga yang ditetapkan Giant Ekspres sesuai dengan daya beli masyarakat. Dan yang terakhir harga dapat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan berbelanja kembali responden yang menjawab setuju 57% dan responden yang menjawab sangat setuju 15% , yang artinya responden setuju dengan harga yang ditetapkan Giant Ekspres sehingga menjadi alasan untuk berkunjung kembali.

Giant Ekspres Banjarmasin dalam penentuan harga jual kepada konsumen sudah sesuai dengan ketentuan dalam ilmu ekonomi Islam yang melarang menetapkan harga jual murah dibawah harga pasar, serta tidak terjadinya diskriminasi harga di antara pelaku bisnis, penimbunan dan mengontrol harga yang berakibat pada kelangkaan pasokan. Sehingga memang dapat dibenarkan bahwa harga itu berpengaruh secara parsial terhadap minat beli ulang konsumen.

2. Pengaruh secara parsial kelengkapan produk terhadap minat beli ulang konsumen Giant Ekspres Banjarmasin

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis untuk variabel X_2 yaitu kelengkapan produk diperoleh hasil $t_{hitung} = 3,491 > t_{tabel} = 1,984$ dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a

dalam penelitian ini diterima. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa kelengkapan produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli ulang.

Menurut Kotler (2002), kelengkapan produk merupakan tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen.(Panjaitan, 2018, hal. 10)

Adapun indikator kelengkapan produk menurut Raharjani (2005), yaitu:

- a) Keragaman produk yang dijual
- b) Variasi produk yang dijual
- c) Ketersediaan produk yang dijual
- d) Macam merek yang tersedia.

Artinya dalam penelitian ini kelengkapan produk terbukti penting dalam mempengaruhi minat beli ulang konsumen. Adapun faktor-faktor seperti produk yang beragam, produk yang bervariasi, ketersediaan produk lokal maupun impor dan bermacam merek yang dijual di Giant Ekspres Banjarmasin membuat konsumen merasa berminat untuk berbelanja kebutuhan bulanan ataupun kebutuhan tidak bulanan . Itu semua ternyata merupakan hal-hal penting dalam menciptakan minat beli ulang konsumen.

Sedangkan secara syariah produk-produk dari Giant Ekspres sudah sesuai, yaitu produk yang diperjualbelikan halal, tidak ada keraguan dalam produk tersebut dan memiliki daya guna terhadap konsumen.

3. Pengaruh secara simultan harga dan kelengkapan produk terhadap minat beli ulang konsumen Giant Ekspres Banjarmasin

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan diperoleh hasil nilai $F_{hitung} = 57,564 > F_{tabel} = 3,09$ dan tingkat signifikansi untuk pengaruh harga dan kelengkapan produk secara simultan terhadap kepuasan pelanggan adalah $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_a didalam penelitian ini diterima yang berarti terdapat pengaruh harga dan kelengkapan produk secara simultan terhadap minat beli ulang konsumen Giant Ekspres Banjarmasin.

Menurut Kotler dan Keller (2007), minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam memilih, menggunakan, dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang ditawarkan. (Erviandari, 2018, hal. 39)

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang adalah ketertarikan yang menunjukkan adanya pemusatan perhatian perasaan senang, keinginan ditujukan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki dan keyakinan ditujukan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna keuntungan dari produk yang akan dibeli.

Sedangkan secara syariah produk-produk dari Giant Ekspres sudah sesuai, yaitu produk yang diperjualbelikan halal, tidak ada keraguan dalam produk tersebut dan memiliki daya guna terhadap konsumen. Serta tidak terjadinya diskriminasi harga di antara pelaku bisnis, penimbunan dan mengontrol harga yang berakibat pada kelangkaan pasokan dan tidak menetapkan harga murah dibawah pasar. Sehingga memang dapat dibenarkan bahwa kelengkapan produk dan harga itu berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen, khususnya di Giant Ekspres Banjarmasin.

Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa harga dan kelengkapan produk berpengaruh secara simultan terhadap minat beli ulang dan H_a dalam penelitian ini diterima.