

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin

Toko “H. Iiril” beralamat di Pasar Ujung Murung Nomor 6-7 B (Bawah Losmen Amandit), Kelurahan Kertak Baru Ulu, Kecamatan Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan 16922. Manajemen Toko “H. Iiril” saat ini dipimpin langsung oleh *owner* yaitu Bapak Hairian Murwandi.

Toko “H. Iiril” merupakan jenis toko pakaian yang menjual pakaian seperti daster dan pakaian tidur (*baby doll*). Toko “H. Iiril” menyediakan Daster dan *Baby Doll* dalam berbagai bentuk, mulai dari daster lengan panjang, daster lengan endek, daster terusan, daster buntung, daster dalam bentuk dress atau terusan dan daster serta *baby doll* dalam bentuk setelan celana panjang maupun celana pendek dengan berbagai motif dan ukuran. Dengan keanekaragaman produk dan model pakaian khususnya daster dan *baby Doll* membuat toko “H. Iiril” memiliki keunggulan bersaing tersendiri terhadap toko lain sejenis yang sama-sama menjual daster dan *Baby Doll*. Hal ini yang membuat toko “H. Iiril” banyak diminati serta menjadi pilihan yang tepat bagi konsumennya dibandingkan toko sejenis lainnya, baik konsumen yang membeli secara eceran ataupun yang membeli secara partai atau dalam jumlah besar.

Toko “H. Iiril” memiliki 12 (dua belas) orang karyawan yang bertugas memberikan pelayanan kepada konsumen, mulai dari pemilihan model dan desain

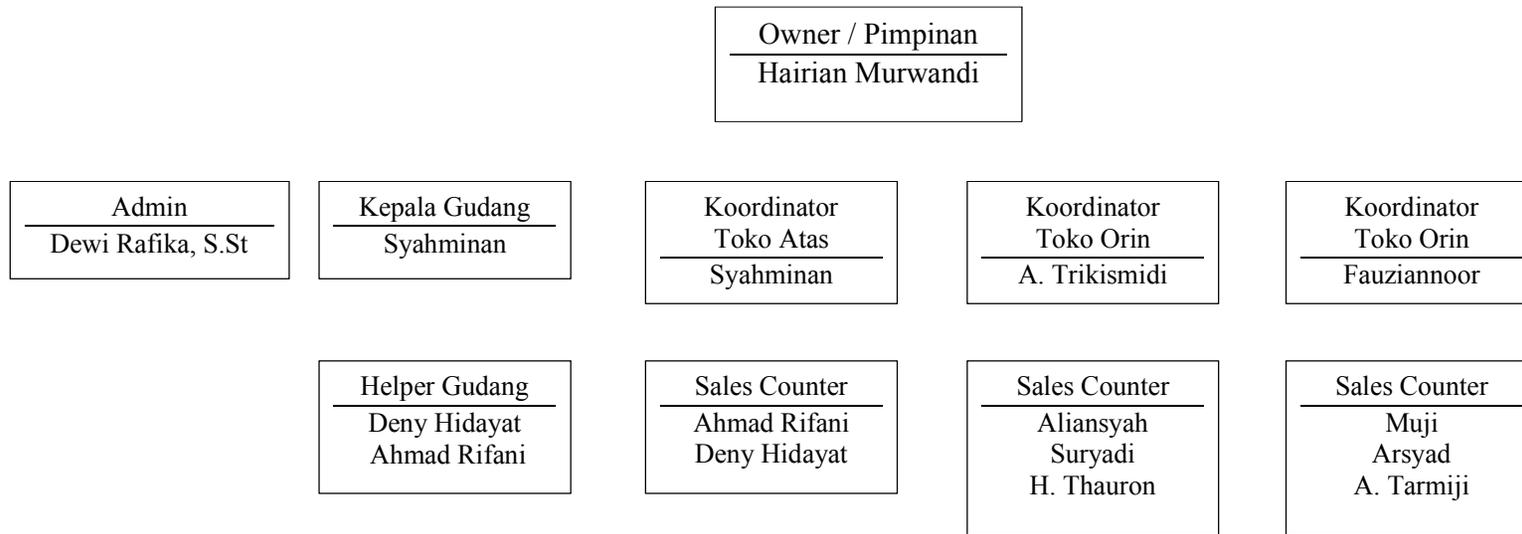
daster atau *baby doll*, pengambilan barang sesuai keinginan konsumen, sampai dengan tahap *packing*. Untuk lebih jelasnya mengenai karyawan pada Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1 Data Karyawan Toko “H. Iiril”

No.	Nama	Jabatan	Pendidikan Terakhir
1.	Dewi Rafika, S.St	Admin	D-IV Akuntansi Syariah
2.	Mahmud Syahminan	Koordinator Toko Atas & Kepala Gudang	SMA
3.	Deny Hidayat	Sales Counter & Helper Gudang	SMA
4.	Ahmad Rifani	Sales Counter & Helper Gudang	SMA
5.	Fauzianoor	Koordinator Toko UJM	SMA
6.	Muji	Sales Counter	SMA
7.	Arsyad	Sales Counter	SMA
8.	A. Tarmiji	Sales Counter	SMA
9.	A. Trikismidi	Koordinator Toko Orin	SMA
10.	H. Thauron	Sales Counter	SMA
11.	Aliansyah	Sales Counter	SMA
12.	Suryadi	Sales Counter	SMA

Sumber: Toko “H. Iiril” Banjarmasin, 2019.

Sebagai sebuah manajemen, Toko “H. Iiril” juga telah memiliki struktur organisasi yang menjelaskan pembagian atau pendelegasian tugas dari pimpinan yang sekaligus sebagai *owner* kepada masing-masing karyawan. Untuk lebih jelasnya mengenai struktur organisasi Toko “H.Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 4.1
Struktur Organisasi Toko "H. Iiril" Pasar Ujung Murung Banjarmasin

2. Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini sebanyak 60 orang konsumen Toko “H.Iril;” Pasar Ujung Murung Banjarmasin. Berdasarkan hasil pembagian kuesioner maka diperoleh karakteristik responden sebagai berikut.

a. Usia Responden

Berdasarkan hasil pembagian kuesioner, komposisi usia responden yang merupakan konsumen Toko “H.Iril;” Pasar Ujung Murung Banjarmasin dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden

No.	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	18 – 22	8	13,33
2.	23 – 27	13	21,67
3.	28 – 32	11	18,33
4.	33 – 37	18	30,00
5.	38 – 42	5	8,33
6.	43 – 47	3	5,00
7.	48 – 52	2	3,33
Jumlah		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa sebagian besar konsumen Toko “H.Iril;” Pasar Ujung Murung Banjarmasin yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah berusia antara 33 - 37 tahun (30%). Hal ini berarti bahwa konsumen yang membeli produk pakaian di Toko “H. Iril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin berada pada usia produktif.

b. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan hasil pembagian kuesioner, jenis kelamin konsumen Toko “H.Iril;” Pasar Ujung Murung Banjarmasin yang terpilih menjadi responden diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Perempuan	44	73,33
2.	Laki-laki	16	26,67
	Jumlah	60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumen Toko “H.Iril;” Pasar Ujung Murung Banjarmasin adalah perempuan (73,33%). Hal dikarenakan perempuan cenderung lebih selektif dan lebih mengerti mengenai perkembangan dunia *fashion*.

c. Pekerjaan

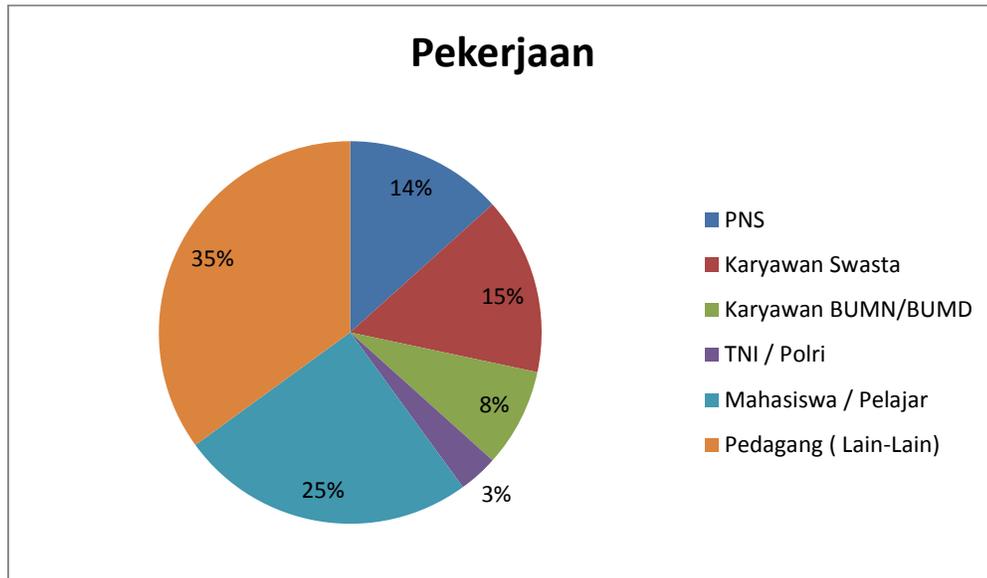
Berikut ini disajikan tabel mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan responden yang dikategorikan ke dalam 6 (enam) kategori yaitu:

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	PNS	8	13,33
2.	Karyawan Swasta	9	15,00
3.	Karyawan BUMN/BUMD	5	8,33
4.	TNI / Polri	2	3,33
5.	Mahasiswa / Pelajar	15	25,00
6.	Pedagang (Lain-Lain)	21	35,00
	Jumlah	60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat pada grafik berikut:



Gambar 4.2
Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan pada tabel 4.4 dan gambar 4.2 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden bekerja sebagai Pedagang (Lain-lain) yaitu 35%. Hal ini berarti bahwa sebagian besar konsumen Toko “H.Iril,” Pasar Ujung Murung Banjarmasin adalah pedagang khususnya pedagang pakaian dan mereka membeli di Toko H. Iril karena sudah lama berlangganan dengan Toko “H. Iril”.

d. Pendidikan Terakhir

Berikut ini pendidikan terakhir konsumen Toko “H.Iril,” Pasar Ujung Murung Banjarmasin:

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	SD	6	10,00
2.	SMP	10	16,67
3.	SMA	26	43,33
4.	Diploma	7	11,67
5.	S1	11	18,33
6.	S2	0	0,00
7.	S3	0	0,00
Jumlah		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Mengenai karakteristik responden berdasarkan Pendidikan Terakhir dapat dilihat pada grafik berikut:



Gambar 4.3
Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan pada tabel 4.5 dan gambar 4.3 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat SMA yaitu 43,33%. Hal ini berarti bahwa sebagian besar konsumen Toko “H.Iril;” Pasar Ujung Murung Banjarmasin adalah orang-orang yang memiliki latar belakang pendidikan SMA sederajat.

B. Analisis Data

1. Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment* yang operasinya menggunakan bantuan aplikasi SPSS for windows versi 22. Item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid apabila memiliki nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel. Adapun r tabel yang ditentukan dalam uji validitas penelitian ini adalah sebesar 0,254 karena sampel yang digunakan untuk uji instrumen adalah sebanyak 60 orang. Adapun hasil uji validitas instrumen penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

No.	Variabel	No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan (X1)	x1.1	0,878	0,254	Valid
2.		x1.2	0,890	0,254	Valid
3.		x1.3	0,665	0,254	Valid
4.		x1.4	0,491	0,254	Valid
5.		x1.5	0,363	0,254	Valid
6.		x1.6	0,228	0,254	Tidak Valid
7.		x1.7	0,801	0,254	Valid
8.		x1.8	0,758	0,254	Valid
9.		x1.9	0,828	0,254	Valid
10.		x1.10	0,871	0,254	Valid
11.		x1.11	0,250	0,254	Tidak Valid
12.		x1.12	0,879	0,254	Valid
13.		x1.13	0,631	0,254	Valid
14.		x1.14	0,410	0,254	Valid
15.		x1.15	0,890	0,254	Valid
16.	Persepsi Harga (X2)	x2.1	0,682	0,254	Valid
17.		x2.2	0,796	0,254	Valid
18.		x2.3	0,235	0,254	Tidak Valid
19.		x2.4	0,830	0,254	Valid
20.		x2.5	0,422	0,254	Valid
21.		x2.6	0,757	0,254	Valid

No.	Variabel	No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
22.		x2.7	0,595	0,254	Valid
23.		x2.8	0,697	0,254	Valid
24.		x2.9	0,830	0,254	Valid
25.		y.1	0,729	0,254	Valid
26.		y.2	0,652	0,254	Valid
27.		y.3	0,642	0,254	Valid
28.		y.4	0,704	0,254	Valid
29.		y.5	0,590	0,254	Valid
30.		y.6	0,652	0,254	Valid
31.	Keputusan Pembelian (Y)	y.7	0,453	0,254	Valid
32.		y.8	0,568	0,254	Valid
33.		y.9	0,755	0,254	Valid
34.		y.10	0,652	0,254	Valid
35.		y.11	0,642	0,254	Valid
36.		y.12	0,704	0,254	Valid
37.		y.13	0,590	0,254	Valid
38.		y.14	0,652	0,254	Valid
39.		y.15	0,614	0,254	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS, 2019

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa terdapat beberapa item pernyataan yang tidak valid karena memiliki nilai r_{hitung} yang lebih kecil dari nilai r_{tabel} (0,254) atau bertanda negatif. Item pernyataan variabel kualitas pelayanan (X1) yang dinyatakan tidak valid adalah item pernyataan x1.6 dan x1.11. Item pernyataan variabel persepsi harga (X2) yang tidak valid adalah item pernyataan x2.3, dan untuk variabel keputusan pembelian (Y), tidak ada item yang dinyatakan tidak valid. Dikarenakan keterbatasan waktu penelitian, maka item pernyataan yang dinyatakan tidak valid dihapus atau dikeluarkan dari kuesioner.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas item terhadap variabel penelitian dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrument atau tes untuk menghasilkan skor yang mendekati sama dari setiap individu dan kapan saja apabila dilakukan pengujian ulang. Reliabilitas berarti ketepatan atau dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas

instrumen dilakukan dengan program SPSS menggunakan menu analisis *Scale*. Butir pertanyaan yang ada pada instrumen angket diuji reliabilitasnya agar mendapatkan skala pengukuran instrumen yang baik. Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada *output statistic*, apabila nilai *cronbach alpha* di atas 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur tersebut reliabel (Priyatno, 2017: 98). Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas instrumen penelitian:

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan (X1)	0,908	Reliabel
2.	Persepsi Harga (X2)	0,825	Reliabel
4.	Keputusan Pembelian (Y)	0,895	Reliabel

Sumber: Hasil Output SPSS, 2019.

Berdasarkan pada tabel 4.7 dapat dilihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,6 dimana untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,908, variabel Persepsi Harga (X2) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,825 dan variabel Keputusan Pembelian (Y) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,895. Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan, persepsi harga dan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian pada Toko “H.Iril” Pasar Murung Banjarmasin.

2. Deskriptif Statistik Variabel Penelitian

a. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas Pelayanan merupakan suatu tingkat mutu dari kualitas atas standar pelayanan yang diberikan kepada nasabah ketika nasabah melakukan kegiatan atau transaksi disebuah organisasi atau lembaga bisnis yang bisa diukur dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, kenyamanan serta emphati (Zeithaml dan Parasuraman, 2015: 23). Kualitas pelayanan bisa menunjang atau menaikkan peluang konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian di Toko “H. Iiril”. Tabel berikut ini merupakan hasil jawaban responden terhadap kuesioner tentang variabel Kualitas Pelayanan.

- 1) Distribusi frekuensi indikator Fasilitas penunjang yang dimiliki Toko “H. Iiril” cukup lengkap. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8 Jawaban responden mengenai Fasilitas penunjang yang dimiliki Toko “H. Iiril” cukup lengkap

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	21	35,0
2.	Setuju	31	51,7
3.	Cukup Setuju	8	13,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.8 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 35%, setuju sebesar 51,7%, cukup setuju sebesar 13,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 2) Distribusi frekuensi indikator karyawan toko selalu berpenampilan rapi dan bersih. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9 Jawaban responden mengenai karyawan toko selalu berpenampilan rapi dan bersih

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	24	35,0
2.	Setuju	23	58,3
3.	Cukup Setuju	4	6,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.9 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 35%, setuju sebesar 58,3%, cukup setuju sebesar 6,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 3) Distribusi frekuensi indikator Kebersihan dan kenyamanan toko selalu terjaga. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10 Jawaban responden mengenai Kebersihan dan kenyamanan toko selalu terjaga

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	24	40,0
2.	Setuju	23	38,3
3.	Cukup Setuju	13	21,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.10 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 40%, setuju sebesar 38,3%, cukup setuju sebesar 21,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 4) Distribusi frekuensi indikator Karyawan toko memberikan pelayanan yang sama dan adil pada tiap pembeli. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11 Jawaban responden mengenai Karyawan toko memberikan pelayanan yang sama dan adil pada tiap pembeli

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	21	35,0
2.	Setuju	35	58,3
3.	Cukup Setuju	4	6,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.12 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 35%, setuju sebesar 58,3%, cukup setuju sebesar 6,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 5) Distribusi frekuensi indikator Karyawan toko bersedia membantu ketika pembeli mengalami kesulitan mencari model pakain yang diinginkan. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13 Jawaban responden mengenai Karyawan toko bersedia membantu ketika pembeli mengalami kesulitan mencari model pakain yang diinginkan

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	26	43,3
2.	Setuju	22	36,7
3.	Cukup Setuju	12	20,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		99	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.13 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 43,3%, setuju sebesar 36,7%, cukup setuju sebesar 20%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 6) Distribusi frekuensi indikator Karyawan toko memproses dengan cepat atas barang-barang yang dibeli pelanggan. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.14 Jawaban responden mengenai Karyawan toko memproses dengan cepat atas barang-barang yang dibeli pelanggan

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	24	40,0
2.	Setuju	25	41,7
3.	Cukup Setuju	11	18,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.14 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 40%, setuju sebesar 41,7%, cukup

setuju sebesar 18,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 7) Distribusi frekuensi indikator Karyawan toko selalu memberikan informasi terbaru tentang model pakaian terbaru kepada pelanggan. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15 Jawaban responden mengenai Karyawan toko selalu memberikan informasi terbaru tentang model pakaian terbaru kepada pelanggan

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	22	36,7
2.	Setuju	28	46,7
3.	Cukup Setuju	10	16,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		99	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.15 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 36,7%, setuju sebesar 46,7%, cukup setuju sebesar 16,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 8) Distribusi frekuensi indikator Karyawan toko memberikan informasi kepada pelanggan mengenai ketentuan pembelian partai dan eceran. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.16 Jawaban responden mengenai Karyawan toko memberikan informasi kepada pelanggan mengenai ketentuan pembelian partai dan eceran

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	20	33,3
2.	Setuju	27	45,0
3.	Cukup Setuju	13	21,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.16 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,3%, setuju sebesar 45%, cukup setuju sebesar 21,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 9) Distribusi frekuensi indikator Pelanggan percaya bahwa Karyawan toko mempunyai kejujuran terkait dengan harga produk. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.17 Jawaban responden mengenai Pelanggan percaya bahwa Karyawan toko mempunyai kejujuran terkait dengan harga produk

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	21	35,0
2.	Setuju	33	55,0
3.	Cukup Setuju	6	10,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		99	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.17 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 35%, setuju sebesar 55%, cukup setuju sebesar 10%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 10) Distribusi frekuensi indikator Pelanggan merasa nyaman dan aman dalam bertransaksi jual beli di toko H. Iiril. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.18 Jawaban responden mengenai Pelanggan merasa nyaman dan aman dalam bertransaksi jual beli di toko H. Iiril

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	20	33,3
2.	Setuju	30	50,0
3.	Cukup Setuju	10	16,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.18 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,3%, setuju sebesar 50%, cukup setuju sebesar 16,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 11) Distribusi frekuensi indikator Karyawan toko memahami kebutuhan pelanggan. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.19 Jawaban responden mengenai Karyawan toko memahami kebutuhan pelanggan

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	23	38,3
2.	Setuju	29	48,3
3.	Cukup Setuju	8	13,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.19 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 38,3%, setuju sebesar 48,3%, cukup setuju sebesar 13,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 12) Distribusi frekuensi indikator Toko H. Iiril selalu beroperasi sesuai dari jam 8 pagi hingga jam 5 sore. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.20 Jawaban responden mengenai Toko H. Iiril selalu beroperasi sesuai dari jam 8 pagi hingga jam 5 sore

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	19	31,7
2.	Setuju	31	51,7
3.	Cukup Setuju	10	16,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.20 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 31,7%, setuju sebesar 51,7%,

cukup setuju sebesar 16,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

13) Distribusi frekuensi indikator Guna memberikan fleksibilitas waktu pelayanan, toko H Iril juga melayani pembelian secara *online*. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.21 Jawaban responden mengenai Guna memberikan fleksibilitas waktu pelayanan, toko H Iril juga melayani pembelian secara *online*

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	19	31,7
2.	Setuju	31	51,7
3.	Cukup Setuju	10	16,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.21 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 31,7%, setuju sebesar 51,7%, cukup setuju sebesar 16,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

b. Deskripsi Variabel Persepsi Harga (X2)

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Persepsi harga dalam penelitian ini diukur melalui beberapa sub variabel, yaitu: harga terjangkau, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

- 1) Distribusi frekuensi indikator harga pakaian jadi di toko “H.Iril” sesuai dengan kemampuan saya. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.22 Jawaban responden mengenai harga pakaian jadi di toko “H.Iril” sesuai dengan kemampuan saya

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	23	38,3
2.	Setuju	32	53,3
3.	Cukup Setuju	5	8,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.22 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 38,3%, setuju sebesar 53,3%, cukup setuju sebesar 8,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 2) Distribusi frekuensi indikator harga pakaian jadi di toko “H.Iril” lebih murah dibandingkan dengan toko lainnya. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.23 Jawaban responden mengenai harga pakaian jadi di toko “H.Iril” lebih murah dibandingkan dengan toko lainnya

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	22	36,7
2.	Setuju	32	53,3
3.	Cukup Setuju	6	10,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.23 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 36,7%, setuju sebesar 53,3%, cukup setuju sebesar 10,0%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 3) Distribusi frekuensi indikator pakaian jadi yang dijual toko “H.Iril” memiliki harga yang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.24 Jawaban responden mengenai pakaian jadi yang dijual toko “H.Iril” memiliki harga yang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	20	33,3
2.	Setuju	31	51,7
3.	Cukup Setuju	9	15,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.24 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,3%, setuju sebesar 51,7%, cukup setuju sebesar 10%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 4) Distribusi frekuensi indikator Toko “H.Iril” sering memberikan potongan harga. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.25 Jawaban responden mengenai Toko “H.Iril” sering memberikan potongan harga

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	23	38,3
2.	Setuju	29	48,3
3.	Cukup Setuju	8	13,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.25 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 38,3%, setuju sebesar 48,3%, cukup setuju sebesar 13,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 5) Distribusi frekuensi indikator Toko “H.Iril” menawarkan pakaian jadi dengan harga yang bervariasi tergantung bahan pakaian. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.26 Jawaban responden mengenai Toko “H.Iril” menawarkan pakaian jadi dengan harga yang bervariasi tergantung bahan pakaian

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	20	33,3
2.	Setuju	26	43,3
3.	Cukup Setuju	14	23,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.26 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,3%, setuju sebesar 43,3%,

cukup setuju sebesar 23,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 6) Distribusi frekuensi indikator harga pakaian jadi di toko “H. Iiril” sebanding dengan daya tahan pakaian jadi. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.27 Jawaban responden mengenai harga pakaian jadi di toko “H. Iiril” sebanding dengan daya tahan pakaian jadi

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	22	36,7
2.	Setuju	31	51,7
3.	Cukup Setuju	7	11,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.27 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 36,7%, setuju sebesar 51,7%, cukup setuju sebesar 11,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 7) Distribusi frekuensi indikator semakin mahal harga pakaian di toko “H.Iiril”, maka daya tahannya juga akan semakin lama. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.28 Jawaban responden mengenai semakin mahal harga pakaian di toko “H.Iril”, maka daya tahannya juga akan semakin lama

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	22	36,7
2.	Setuju	28	46,7
3.	Cukup Setuju	10	16,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.28 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 36,7%, setuju sebesar 46,7%, cukup setuju sebesar 16,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 8) Distribusi frekuensi indikator harga pakaian di toko “H.Iril” sesuai dengan kenyamanan pakaian saat dikenakan. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.29 Jawaban responden mengenai harga pakaian di toko “H.Iril” sesuai dengan kenyamanan pakaian saat dikenakan

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	18	30,0
2.	Setuju	29	48,3
3.	Cukup Setuju	13	21,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.29 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 30%, setuju sebesar 48,3%, cukup

setuju sebesar 21,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

c. Deskripsi Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian konsumen pada usaha dagang pakaian jadi adalah pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen untuk membeli pakaian jadi melalui berbagai tahapan seperti pengenalan masalah di mana masalah akan kebutuhan yang harus dipenuhi, pencarian informasi terhadap produk maupun toko yang menjual pakaian jadi, evaluasi berbagai pilihan jasa, mengambil keputusan dan yang terakhir perilaku setelah melakukan pengambilan keputusan.

- 1) Distribusi frekuensi indikator Saya tertarik membeli pakaian di Toko “H.Iril” karena toko mampu memenuhi kebutuhan saya. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.30 Jawaban responden mengenai Saya tertarik membeli pakaian di Toko “H.Iril” karena toko mampu memenuhi kebutuhan saya

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	20	33,3
2.	Setuju	32	53,3
3.	Cukup Setuju	8	13,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.30 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,3%, setuju sebesar 53,3%,

cukup setuju sebesar 13,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 2) Distribusi frekuensi indikator Saya tertarik membeli pakaian di Toko “H.Iril” karena kemudahan akses mencapai toko. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.31 Jawaban responden mengenai Saya tertarik membeli pakaian di Toko “H.Iril” karena kemudahan akses mencapai toko

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	23	38,3
2.	Setuju	33	55,0
3.	Cukup Setuju	4	6,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.31 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 38,3%, setuju sebesar 55%, cukup setuju sebesar 6,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 3) Distribusi frekuensi indikator saya membeli pakaian di Toko “H.Iril” karena harganya murah sehingga bisa untuk dijual kembali. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.32 Jawaban responden mengenai saya membeli pakaian di Toko “H.Iril” karena harganya murah sehingga bisa untuk dijual kembali

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	24	40,0
2.	Setuju	23	38,3
3.	Cukup Setuju	13	21,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.32 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 40%, setuju sebesar 38,3%, cukup setuju sebesar 21,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 4) Distribusi frekuensi indikator saya mencari informasi mengenai toko “H.Iril” dari berbagai sumber. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.33 Jawaban responden mengenai saya mencari informasi mengenai toko “H.Iril” dari berbagai sumber

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	21	35,0
2.	Setuju	35	58,3
3.	Cukup Setuju	4	6,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.33 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 35%, setuju sebesar 58,3%, cukup

setuju sebesar 6,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 5) Distribusi frekuensi indikator saya tertarik membeli pakaian di Toko “H.Iril” karena berbagai macam informasi yang saya dapatkan mengenai kualitas pakaian jadi yang ditawarkan. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.34 Jawaban responden mengenai saya tertarik membeli pakaian di Toko “H.Iril” karena berbagai macam informasi yang saya dapatkan mengenai kualitas pakaian jadi yang ditawarkan

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	26	43,3
2.	Setuju	22	36,7
3.	Cukup Setuju	12	20,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.34 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 43,3%, setuju sebesar 36,7%, cukup setuju sebesar 20%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 6) Distribusi frekuensi indikator saya membeli pakaian jadi di toko “H. Iril” setelah mendapatkan Informasi dari teman. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.35 Jawaban responden mengenai saya membeli pakaian jadi di toko “H. Iiril” setelah mendapatkan Informasi dari teman

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	24	40,0
2.	Setuju	25	41,7
3.	Cukup Setuju	11	18,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.35 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 40%, setuju sebesar 41,7%, cukup setuju sebesar 18,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 7) Distribusi frekuensi indikator saya membeli pakaian jadi di toko “H. Iiril” karena ada banyak pilihan model. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.36 Jawaban responden mengenai saya membeli pakaian jadi di toko “H. Iiril” karena ada banyak pilihan model

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	22	36,7
2.	Setuju	28	46,7
3.	Cukup Setuju	10	16,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.36 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 36,7%, setuju sebesar 46,7%,

cukup setuju sebesar 16,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 8) Distribusi frekuensi indikator saya membeli pakaian jadi di toko “H. Iril” karena ada banyak pilihan harga. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.37 Jawaban responden mengenai saya membeli pakaian jadi di toko “H. Iril” karena ada banyak pilihan harga

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	23	38,3
2.	Setuju	29	48,3
3.	Cukup Setuju	8	13,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.37 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 38,3%, setuju sebesar 48,3%, cukup setuju sebesar 13,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 9) Distribusi frekuensi indikator saya membeli pakaian jadi di toko “H. Iril” karena ada banyak pilihan bahan. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.38 Jawaban responden mengenai saya membeli pakaian jadi di toko “H. Iiril” karena ada banyak pilihan bahan

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	21	20,0
2.	Setuju	27	45,0
3.	Cukup Setuju	12	35,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.38 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 20%, setuju sebesar 45%, cukup setuju sebesar 35%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 10) Distribusi frekuensi indikator saya tertarik untuk membeli pakaian jadi di toko “H. Iiril” karena saya percaya pada kualitas produk yang ditawarkan. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.39 Jawaban responden mengenai saya tertarik untuk membeli pakaian jadi di toko “H. Iiril” karena saya percaya pada kualitas produk yang ditawarkan

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	20	33,3
2.	Setuju	30	50,0
3.	Cukup Setuju	10	16,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.39 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,3%, setuju sebesar 50%, cukup

setuju sebesar 16,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 11) Distribusi frekuensi indikator saya tidak menunda dalam membeli pakaian jadi di toko “H. Iiril”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.40 Jawaban responden mengenai saya tidak menunda dalam membeli pakaian jadi di toko “H. Iiril”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	23	38,3
2.	Setuju	29	48,3
3.	Cukup Setuju	8	13,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.40 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 38,3%, setuju sebesar 48,3%, cukup setuju sebesar 13,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 12) Distribusi frekuensi indikator saya memutuskan untuk berlangganan dengan toko “H. Iiril”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.41 Jawaban responden mengenai Saya memutuskan untuk berlangganan dengan toko “H. Iril”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	20	33,3
2.	Setuju	26	43,3
3.	Cukup Setuju	14	23,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.41 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar %, setuju sebesar %, cukup setuju sebesar %, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 13) Distribusi frekuensi indikator saya membeli pakaian jadi di toko “H. Iril” karena kepuasan yang saya dapatkan dari pembelian sebelumnya. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.42 Jawaban responden mengenai saya membeli pakaian jadi di toko “H. Iril” karena kepuasan yang saya dapatkan dari pembelian sebelumnya

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	22	36,7
2.	Setuju	31	51,7
3.	Cukup Setuju	7	11,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.42 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 36,7%, setuju sebesar 51,7%,

cukup setuju sebesar 11,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 14) Distribusi frekuensi indikator saya tetap membeli pakaian jadi di toko “H. Iiril karena toko mampu memenuhi harapan saya. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.43 Jawaban responden mengenai saya tetap membeli pakaian jadi di toko “H. Iiril karena toko mampu memenuhi harapan saya

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	22	36,7
2.	Setuju	28	46,7
3.	Cukup Setuju	10	16,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.43 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 36,7%, setuju sebesar 46,7%, cukup setuju sebesar 16,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 15) Distribusi frekuensi indikator saya tetap membeli pakaian jadi di toko “H. Iiril karena toko mampu memenuhi kebutuhan saya. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.44 Jawaban responden mengenai saya tetap membeli pakaian jadi di toko “H. Iiril karena toko mampu memenuhi kebutuhan saya

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	18	30,0
2.	Setuju	29	48,3
3.	Cukup Setuju	13	21,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.44 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 30%, setuju sebesar 48,3%, cukup setuju sebesar 21,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terhadap model regresi yang digunakan, dilakukan agar dapat diketahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak (Santoso, 2016: 358). Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas dan uji Autokorelasi.

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dalam penelitian ini dengan metode One sample *Kolmogorov-Smirnov* untuk mengambil keputusan apakah data normal atau tidak maka cukup membaca pada nilai signifikansi (Asymp Sig 2-tailed). Jika

signifikansi kurang dari 0,05 maka kesimpulannya data tidak berdistribusi normal. Jika signifikansi lebih dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.45 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		Kualitas Pelayanan (X1)	Persepsi Harga (X2)	Keputusan Pembelian (Y)
N		60	60	60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	54,7333	33,6333	63,0833
	Std. Deviation	4,03740	2,99132	4,21173
	Absolute	,091	,117	,106
Most Extreme Differences	Positive	,072	,117	,075
	Negative	-,091	-,089	-,106
Kolmogorov-Smirnov Z		,703	,908	,819
Asymp. Sig. (2-tailed)		,706	,382	,514

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,709. Ini artinya nilai sig lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal. Nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) untuk variabel Persepsi Harga (X2) sebesar 0,382. Ini artinya nilai sig lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal. nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) untuk variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,514. Ini artinya nilai sig lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas penelitian. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Ada tidaknya

korelasi antar variabel tersebut dapat dideteksi dengan melihat nilai *Value Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF > 10, terjadi multikolinieritas. Sebaliknya, jika VIF < 10, tidak terjadi multikolinieritas. Adapun hasil uji multikolinieritas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.46 Hasil Pengujian Multikolinieritas

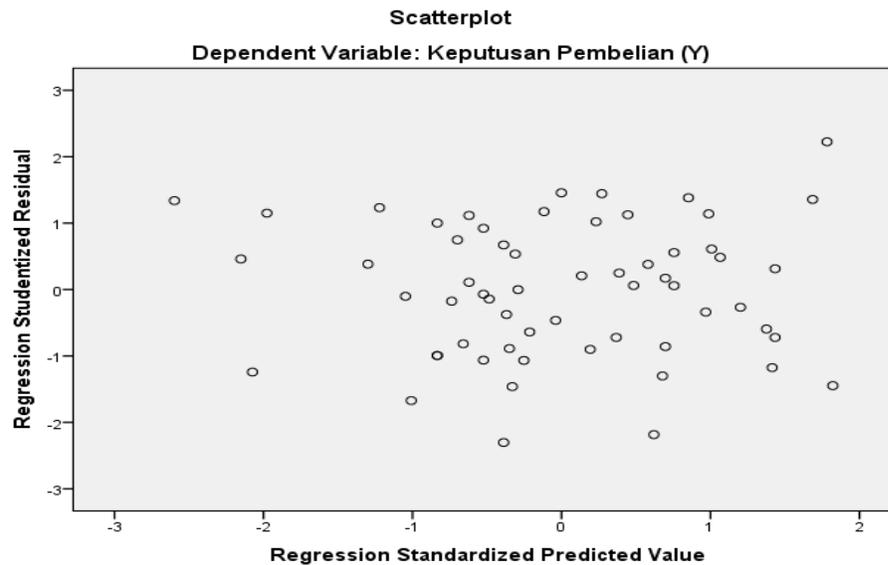
Variabel	Nilai <i>VIF</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	1,545	Multikolinieritas
Persepsi Harga (X2)	1,545	Multikolinieritas

Sumber : Hasil Pengolahan Data, SPSS 22, 2019

Pada tabel 4.43, untuk mengetahui hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada *Variance Inflation Factor* (VIF) yaitu Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai VIF sebesar 1,545, dan Variabel Persepsi Harga (X2) memiliki nilai VIF sebesar 1,545. Menurut Ghozali apabila nilai VIF > 10 maka dapat disimpulkan bahwa terjadi atau terdapat multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2017: 92).

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui kesamaan masing-masing variabel kualitas pelayanan (X1) dan Persepsi harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen pada Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin. Pengujian homogenitas terhadap variabel penelitian digunakan uji heteroskedastisitas. Deteksi terhadap masalah heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik sebaran nilai residual. Uji heteroskedastisitas menggunakan metode grafik plot *Regression Standarized Predicted Value* dengan *Regression Studentised Residual*. Hasil pengujian dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :



Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber : Output Statistik 22, 2019

Berdasarkan grafik *scatterplot* diatas tampak bahwa sebaran data tidak membentuk pola yang jelas, titik-titik data menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas, dengan kata lain pada model regresi terjadi kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi ini telah memenuhi asumsi heteroskedastisitas, hal ini menunjukkan bahwa variasi data homogen.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaruh variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Persepsi Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen pada Toko “H. Iril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin dapat diketahui dengan melakukan pengujian menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS versi 22. Adapun hasil uji regresi linier berganda mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan

Persepsi Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen pada Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 47 Hasil Uji Regressi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	R	R Square	Adjusted R Square	F	Sig
	B	Std. Error	Beta							
1	10,800	3,755		2,876	,006					
(Constant)										
Kualitas Pelayanan (X1)	,646	,082	,620	7,919	,000	0,880	0,774	0,766	97,64	0,000
Persepsi Harga (X2)	,503	,110	,357	4,561	,000					

Sumber: Hasil Output SPSS 22, 2019

Berdasarkan pada Tabel 4.47 diatas dapat diketahui bahwa Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan persepsi harga. Masing-masing variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan dan persepsi harga tersebut memberikan pengaruh yang bervariasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diperoleh persamaan analisis regresi berganda sebaga berikut :

$$Y = 10,800 + 0,646 X1 + 0,503 X2$$

Angka 10,800 pada persamaan regresi berganda diatas berarti bahwa tanpa adanya kualitas pelayanan dan persepsi harga, maka Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin adalah sebesar 10,800. Maknanya adalah meskipun tidak ada pengaruh dari kualitas pelayanan dan persepsi harga, jumlah konsumen yang melakukan pembelian pakaian jadi di Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin sudah sebesar 10,800.

Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bernilai positif, berarti ada hubungan searah antara kualitas pelayanan dengan Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin. Artinya apabila kualitas pelayanan meningkat, maka Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin juga akan mengalami peningkatan. Dengan demikian, apabila Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin ingin meningkatkan penjualan, maka yang dapat dilakukan adalah dengan memperbaiki kualitas pelayanan, sebab keputusan konsumen dalam membeli pakaian jadi di Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin turut mempertimbangkan kualitas pelayanan yang didapatkan oleh konsumen saat berada di Toko “H. Iiril” pasar Ujung Murung Banjarmasin.

Koefisien regresi variabel persepsi harga bernilai positif, berarti ada hubungan searah antara persepsi harga dengan Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin. Artinya apabila persepsi harga meningkat, maka Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin juga akan mengalami peningkatan. Hal ini berarti bahwa persepsi konsumen terhadap harga dari produk pakaian jadi yang ditawarkan oleh toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin menjadi faktor yang mempengaruhi dan menentukan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian pakaian jadi di Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin.

Sedangkan untuk pengaruh variabel kualitas pelayanan dan persepsi harga secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin dapat dilihat pada tabel 4.47 diatas.

Berdasarkan pada tabel 4.47 diatas khususnya pada kolom *Adjusted R Square* dapat diketahui bahwa varabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1) dan persepsi harga (X2) secara bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen pada Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin yaitu sebesar 76,6% dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian pada Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis Pertama (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X1) dan persepsi harga (X2) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu Keputusan pembelian (Y) Konsumen pada Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin. Pengujian ini dilakukan dengan uji F, dengan tingkat signifikansi sebesar 95% ($\alpha = 0,05$). Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 4.48 berikut ini.

Tabel 4.48. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	810,122	2	405,061	97,642	,000 ^b
	Residual	236,461	57	4,148		
	Total	1046,583	59			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Persepsi Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.48 diperoleh nilai signifikansi $F (0,000) < \text{Signifikansi } \alpha (0,05)$, yaitu $(0,000 < 0,05)$ atau dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Dimana dari hasil perhitungan diperoleh nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($97,64 > 3,16$). Berdasarkan perhitungan tersebut maka keputusannya adalah secara statistik dapat dibuktikan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari Kualitas pelayanan (X1) dan Persepsi Harga (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen pada Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin. Dari hasil pengujian tersebut disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Persepsi Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen pada Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin.

Dengan demikian maka hipotesis penelitian yang berbunyi “Secara simultan kualitas pelayanan dan persepsi harga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha dagang pakaian jadi di Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin” dinyatakan diterima.

b. Uji Hipotesis Kedua (Uji t)

Uji Hipotesis Kedua dilakukan dengan Uji t. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap Keputusan pembelian konsumen pada toko “H.Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin yaitu dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan signifikansi 95% ($\alpha=0,05$), jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4.47.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai signifikansi t untuk variabel independen yaitu :

- 1) Variabel kualitas pelayanan (X1), nilai t_{hitung} sebesar 7,919 sedangkan t_{tabel} sebesar 2,001 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,919 > 2,001$) atau $sig\ t < 5\%$ ($0,000 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap Keputusan pembelian (Y) konsumen pada Toko “H.Iril” Pasar Ujujg Murung Banjarmasin.
- 2) Variabel persepsi harga (X2), nilai t_{hitung} sebesar 4,561 sedangkan t_{tabel} sebesar 2,001 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,561 > 2,001$) atau $sig\ t < 5\%$ ($0,000 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh variabel persepsi harga (X3) terhadap Keputusan pembelian (Y) konsumen pada Toko “H.Iril” Pasar Ujujg Murung Banjarmasin.

Berdasarkan pada hasil uji t diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang berbunyi “Secara parsial kualitas pelayanan dan persepsi harga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha dagang pakaian jadi di Toko “H. Iril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin” dinyatakan diterima.

C. Pembahasan

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha dagang pakaian jadi Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin.

Kualitas Pelayanan merupakan suatu tingkat mutu dari kualitas atas standar pelayanan yang diberikan kepada konsumen ketika konsumen melakukan kegiatan atau transaksi di Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin yang bisa diukur dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, kenyamanan serta emphati. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan yaitu sebesar 4,21 yang berada pada rentang jawaban setuju dan sangat setuju. Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin mampu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen yang dibuktikan dengan adanya fasilitas toko yang lengkap, kebersihan dan kenyamanan ruangan yang selalu terjaga serta adanya karyawan yang profesional yang memiliki kompetensi dan keahlian dalam melaksanakan tugasnya masing, sehingga mampu memberikan kepuasan pada para konsumen.

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,646 dan bertanda positif. Hal ini berarti bahwa berarti ada hubungan searah antara kualitas pelayanan dengan Keputusan pembelian konsumen Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin. Artinya apabila kualitas pelayanan meningkat, maka Keputusan Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin juga akan mengalami peningkatan sebesar 64,6%.

2. Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha dagang pakaian jadi Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murng Banjarmasin.

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata tanggapan responden terhadap variabel persepsi harga yaitu sebesar 4,20 yang berada pada rentang jawaban setuju dan sangat setuju. Hal ini membuktikan bahwa konsumen menganggap bahwa harga produk yang ditawarkan oleh Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murng Banjarmasin terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk pakaian jadi yang dijual oleh Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murng Banjarmasin.

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa variabel persepsi harga memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,503 dan bertanda positif. Hal ini berarti bahwa berarti ada hubungan searah antara persepsi harga dengan Keputusan pembelian konsumen Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murng Banjarmasin. Artinya apabila persepsi harga meningkat, maka Keputusan Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murng Banjarmasin juga akan mengalami peningkatan sebesar 50,3%.

3. Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha dagang pakaian jadi Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murng Banjarmasin.

Pengaruh variabel kualitas pelayanan dan persepsi harga secara simultan terhadap Keputusan pembelian konsumen pada Toko “H. Iiril” Pasar Ujung

Murung Banjarmasin dapat dilihat pada tabel 4.47 khususnya pada kolom *adjusted r square* dapat diketahui bahwa variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan dan persepsi harga secara bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen pada Toko “H. Iri!” Pasar Ujung Murung Banjarmasin yaitu sebesar 76,6% dengan tingkat signifikansi 0,000.

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($97,64 > 3,16$). Berdasarkan perhitungan tersebut maka keputusannya adalah secara statistik dapat dibuktikan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1) dan persepsi harga (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y) konsumen pada Toko “H. Iri!” Pasar Ujung Murung Banjarmasin.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen pada Toko “H. Iri!” Pasar Ujung Murung Banjarmasin.