

BAB IV

ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Usaha Showroom Barito Motor

a. Sejarah singkat showroom Barito Motor

Awal berdirinya Showroom Barito Motor pada tahun 2012, yang terletak di pinggir jalan Anjir km 23,5 sampai tahun 2018 ini, masih tetap bertahan. Sedikit tentang pemilik showroom yaitu tekad dan keyakinan dalam usaha jual beli, dari pemilik *Showroom* masih sekolah sudah memulai bisnis, berani dalam jiwa dagang. Usaha pertama yang beliau awali yaitu jual beli handphone.

Dengan tekad dan jiwa dagang yang beliau miliki ditambah dengan doa dan jujur, maka berjalanlah terus-menerus usaha beliau, awalnya beliau mempunyai satu buah motor dan beliau jual kembali untuk dijadikan dua motor, seiring berjalan waktu makin bertambah sebelum memiliki tempat showroom, pada akhirnya beliau memutuskan untuk meminjam uang pinjaman pada Bank untuk membuat wadah atau tempat showroom dan menambah koleksi penjualan sepeda motor.

Seiring berjalannya waktu dari tahun 2012 sampai tahun 2018 penjualan sepeda motor semakin meningkat dan terus berkembang, di tahun 2017 beliau menambah menjual mobil sampai tahun 2019 masih berjalan,

untuk penjualan sepeda motor dari awal sudah memasang penjualan di via online OLX, jadi untuk pembeli yang jauh dapat membeli melalui online/ *Cash On Delivery* (COD) dengan pembayaran dimana seseorang bisa membayar pesanan secara tunai pada tempat yang sudah disepakati, Untuk penjualan motor dalam satu minggu dapat terjual kurang lebih 4 buah motor. Tapi menambah motor (membeli) untuk dijual kembali tidak tertentu dalam seminggu, karena beliau sudah banyak punya kerabat untuk memasarkan dan pemasokan barang ke showroom khusus ke sesama showroom motor. Tingkat penjualan yang paling ramai sebelum bulan puasa dan setelah tahun baru. Untuk penjualan motor pada bulan yang kurang ramai beliau oper kesesama showroom yaitu melakukan sistem oper motor (dijual kesesama showroom). Untuk jadwal buka showroom Barito Motor yaitu setiap hari, kecuali pagi jum'at, akan tetapi sore tetap buka seperti biasa.

2. Data Penelitian

a. Karakteristik Responden

Bagian ini menggambarkan keadaan responden yang berjumlah 89 orang yang merupakan konsumen Usaha showroom Barito Motor yang memenuhi kriteria yaitu yang pernah datang atau membeli sepeda di showroom Barito Motor. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi: jenis kelamin, pekerjaan, pengeluaran dan pernahkah anda datang atau membeli

sepeda motor di showroom Barito Motor. Dari 89 kuesioner yang telah disebar, semua berhasil dikumpulkan dan dinyatakan layak untuk dianalisa lebih lanjut. Hasil data yang diperoleh menunjukkan gambaran sebagai berikut:

1) Jenis Kelamin

Profil berdasarkan Jenis Kelamin Responden:

Tabel VI.I Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	F	%
1	Laki-laki	63	70,8%
2	Perempuan	26	29,2%
Total		89	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan dari tabel data di atas menyatakan bahwa untuk responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 63 orang atau 70,8% sedangkan untuk responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 26 orang atau 29,2% .Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Usaha Showroom Barito Motor yang ditemui penulis dalam proses pengumpulan data adalah laki-laki.

2) Usia

Profil berdasarkan Usia Responden dapat:

Tabel VI.II Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	F	%
1	< 20 Tahun	30	33,8%
2	20 – 30 Tahun	39	44,0%
3	> 30 Tahun	20	22,2%
Total		89	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan keterangan tabel tersebut memperlihatkan bahwa konsumen yang diambil sebagai responden sebagian besar berumur kurang dari 20 tahun sebanyak 30 orang atau 33,8%. Selanjutnya data responden yang berumur 20 – 30 tahun sebanyak 39 orang atau 44,0%. Untuk yang berumur 30 tahun keatas 20 orang atau 22,2%. Dalam proses pengumpulan data ini, penulis menemui responden yang terbanyak berusia dari 20 - 30 tahun.

3) Pekerjaan

Tabel IX Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	F	%
1	Mahasiswa	24	27,0%
2	PNS	0	0%
3	Karyawan Swasta	20	22,4%
4	Wiraswasta	6	06,6%
5	Lainnya	39	44,0%
Total		89	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Pada Penelitian ini terdapat 5 jenis pekerjaan responden yaitu Mahasiswa, PNS, Karyawan Swasta, Wiraswasta dan lain-lain. Dari hasil total sebaran responden, masing-masing mempunyai presentase sebagai berikut: Konsumen yang memiliki pekerjaan sebagai Mahasiswa sebanyak 24 orang atau 27,0%.. Untuk PNS tidak mendapat per orang atau persen. Karyawan Swasta 20 orang atau 22,4% dan Wiraswasta hanya 6 orang saja atau 06,6%. Dan untuk pekerjaan lainnya sebanyak 39 orang atau 44,0%. Dapat dilihat responden terbanyak dengan pekerjaan lainnya.

4) Pengeluaran

Pengeluaran seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya.

Tabel X Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan

No	Pengeluaran Perbulan	F	%
1	< Rp. 1.000.000,00	18	20%
2	Rp. 1.000.000,00 – Rp. 2.000.000,00	59	66,9%
3	Rp. 2.000.000,00 – Rp. 3.000.000,00	12	13,1%
4	< Rp. 3.000.000,00	0	0%
Total		89	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan keterangan tabel tersebut memperlihatkan bahwa konsumen yang diambil sebagai responden memiliki kisaran pengeluaran < Rp. 1.000.000,00/ bulan sebanyak 18 orang atau 20%, selanjutnya untuk kisaran pengeluaran Rp. 1.000.000,00 – Rp. 2.000.000,00/ bulan sebanyak 59 orang atau 66,9%, selanjutnya untuk kisaran pengeluaran Rp. 2.000.000,00 – Rp. 3.000.000,00/ bulan sebanyak 12 orang atau 13,1%, dan terakhir kisaran pengeluaran < Rp. 3.000.000,00/ bulan tidak ada. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa konsumen Showroom Barito Motor mayoritas pengeluarannya Rp. 1.000.000,00 – Rp. 2.000.000,00/ bulan.

5) Apakah anda pernah membeli atau pernah datang ke Showroom Barito Motor.

Tabel XI Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah membeli atau pernah datang ke Showroom Barito Motor

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	F	%
1	Apakah anda pernah membeli atau pernah datang ke Showroom Barito Motor	89	0	89	100%
Total		89	0	89	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Dari hasil tabel tersebut, memperlihatkan bahwa konsumen Usaha Showroom Barito Motor yang diambil sebagai responden seluruhnya

sebanyak 89 orang atau 100% pernah membeli atau pernah datang ke Showroom Barito Motor

3. Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan diuji validitasnya. Hasil r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} di mana $df = n-2$ dengan sig 5%. Jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka dianggap valid (Sujarweni, SPSS Untuk Penelitian, 2015, hal. 192). Dalam pengujian validitas ada kriteria yang harus terpenuhi agar suatu variabel dapat dikatakan valid, yakni:

1) Tingkat signifikansi sebesar 0,05

$$df = 89 - 2 = 89$$

didapat nilai $r_{tabel} = 0,175$ (r_{tabel} untuk $n = 89$)

2) Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai positif maka butir pertanyaan dari masing-masing indikator tersebut dinyatakan valid

Hasil analisis atas variabel independen dan variabel dependen dapat dilihat pada tabel:

Tabel XIII Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Lokasi (X1)	1	0,386	0,175	Valid
	2	0,458	0,175	Valid
	3	0,342	0,175	Valid

	4	0,379	0,175	Valid
	5	0,481	0,175	Valid
	6	0,400	0,175	Valid
	7	0,610	0,175	Valid
	8	0,494	0,175	Valid
Harga (X2)	9	0,547	0,175	Valid
	10	0,608	0,175	Valid
	11	0,463	0,175	Valid
	12	0,484	0,175	Valid
	13	0,647	0,175	Valid
	14	0,434	0,175	Valid
	15	0,525	0,175	Valid
	16	0,356	0,175	Valid
	17	0,506	0,175	Valid
Pelayanan (X3)	18	0,502	0,175	Valid
	19	0,434	0,175	Valid
	20	0,611	0,175	Valid
	21	0,599	0,175	Valid
	22	0,356	0,175	Valid
	23	0,436	0,175	Valid
	24	0,336	0,175	Valid
	26	0,443	0,175	Valid
	27	0,412	0,175	Valid

Variabel	Pernyataan	r _{hitung}	r _{table}	Keterangan
Kepuasan Konsumen	28	0,567	0,175	Valid

(Y)	29	0,471	0,175	Valid
	30	0,538	0,175	Valid
	31	0,594	0,175	Valid
	32	0,602	0,175	Valid
	33	0,521	0,175	Valid

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

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

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha $> 0,60$ maka reliabel (Sujarweni V. W., 2014, hal. 192). Hasil uji reliabilitas secara keseluruhan disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel XIV Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Data

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,830	32

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

adalah reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0,830 lebih besar dari 0,60 maka dinyatakan reliabel.

c. Deskripsi Variabel Penelitian

Dari data yang diperoleh dari hasil pembagian kuesioner kepada responden, maka gambaran yang berkaitan dengan pengaruh lokasi, harga, dan pelayanan terhadap minat beli konsumen di showroom barito motor dilihat dari variabel lokasi, harga dan pelayanan dan minat beli. Data deskriptifnya dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Variabel Lokasi (X_1)

A. Indikator lahan parkir yang memadai

1. Item showroom barito motor mempunyai lahan yang cukup luas mempengaruhi saya untuk membeli

Tabel XV Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan showroom barito motor mempunyai lahan yang cukup luas mempengaruhi saya untuk membeli

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	28	31,9
2	Setuju	40	44,3
3	Ragu-ragu	13	15
4	Tidak Setuju	4	4,4
5	Sangat Tidak Setuju	4	4,4
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 28 orang (31,9%), responden yang memilih setuju sebanyak 40 orang (44,3%) untuk jawaban ragu-ragu sebanyak 13 orang (15%) responden yang memilih dan sisanya sebanyak 4 orang (4,4%) memilih tidak setuju. Untuk jawaban sangat tidak setuju 4 orang atau

(4,4%). Dari hasil data di atas sebanyak 40 orang atau 44,3% menjawab setuju yang artinya konsumen setuju dengan showroom barito motor mempunyai lahan yang cukup luas mempengaruhi saya untuk membeli

2. Item showroom barito motor mempunyai parkir sendiri yang luas

Tabel XVI Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan showroom barito motor mempunyai tempat parkir sendiri yang luas

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	17	19,1
2	Setuju	39	43,8
3	Ragu-ragu	26	29,2
4	Tidak Setuju	6	6,7
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 17 orang (19,1%), responden yang memilih setuju sebanyak 39 orang (43,8%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 26 orang (29,2%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 6 orang (6,7%), untuk jawaban sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 39 orang atau 43,8% menjawab setuju yang artinya konsumen setuju dengan showroom barito motor mempunyai parkir sendiri yang luas

b. Indikator kedekatan lokasi dengan pusat keramaian

1. Item lokasi showroom barito dekat terlihat dari tepi jalan raya

Tabel XVII Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan lokasi showroom barito motor terlihat dari tepi jalan raya

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	21	23,5
2	Setuju	45	50,5
3	Ragu-ragu	22	24,9
4	Tidak Setuju	1	1,1

5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 21 orang (23,5%), responden yang memilih setuju sebanyak 45 orang (50,5%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 22 orang (24,9%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 1 orang (1,1%), Untuk jawaban sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 45 orang atau 50,5% menjawab setuju yang artinya konsumen setuju dengan lokasi showroom barito motor dekat dan terlihat dari tepi jalan raya.

2. Item lokasinya ramai berdekatan dengan showroom lainnya.

Tabel XVIII Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan lokasinya ramai berdekatan dengan showroom lainnya

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	15	17
2	Setuju	38	42,6
3	Ragu-ragu	31	34,9
4	Tidak Setuju	4	4,4
5	Sangat Tidak Setuju	1	1,1
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 15 orang (17%), responden yang memilih setuju sebanyak 38 orang (42,6%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 31 orang (34,9%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 4 orang (4,4%), Untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,1%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan

jumlah 38 orang atau 42,6% menjawab setuju yang artinya konsumen setuju dengan lokasinya ramai berdekatan dengan showroom lainnya.

c. Indikator Kenyamanan Lingkungan

1. Kondisi lingkungan disekitar showroom barito motor

Tabel XIX Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Kondisi Lingkungan Showroom Barito Motor Aman

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	20	22,4
2	Setuju	33	37,2
3	Ragu-ragu	26	29,2
4	Tidak Setuju	9	10,1
5	Sangat Tidak Setuju	1	1,1
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari jawabann responden yang memilih sangat setuju sebanyak 20 orang (22,4%), responden yang memilih setuju sebanyak 33 orang (37,2%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 26 orang (29,2%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 9 orang (10,1%), Untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,1%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 33 orang atau 37,2% menjawab setuju yang artinya konsumen setuju dengan kondisi lingkungan di sekitar showroom barito motor yang aman.

2. Item kondisi lingkungan disekitar showroom barito motor yang bersih dan nyaman

Tabel XX Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Kondisi Lingkungan Disekitar Showroom Barito Motor yang Bersih dan Nyaman

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	19	21,4
2	Setuju	30	33,7

3	Ragu-ragu	30	33,7
4	Tidak Setuju	10	11,2
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 19 orang (21,4%), responden yang memilih setuju sebanyak 30 orang (33,7%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 30 orang (33,7%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 10 orang (11,2%), Untuk jawaban sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dan ragu ragu dengan jumlah 30 orang atau 33,7% menjawab setuju yang artinya konsumen setuju dengan kondisi lingkungan disekitar showroom barito motor yang bersih dan nyaman.

d. Indikator Mudah di Jangkau

1. Item Akses menuju showroom Barito Motor mudah dan tidak macet.

Tabel XXI Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Akses Menuju Showroom Barito Motor Mudah dan Tidak Macet.

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	25	28
2	Setuju	22	24,3
3	Ragu-ragu	33	37,6
4	Tidak Setuju	9	10,1
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 25 orang (28%), responden yang memilih setuju sebanyak 22 orang (24,3%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 33 orang (37,6%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 9 orang

(10,1%), Untuk jawaban sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah ragu-ragu dengan jumlah 33 orang atau (37,6)% yang memilih akses menuju showroom barito motor mudah dan tidak macet.

2. Item Showroom Barito Motor berada dekat dengan tempat tinggal.

Tabel XXII Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Showroom Barito Motor berada dekat dengan tempat tinggal.

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	15	17
2	Setuju	33	36
3	Ragu-ragu	29	32
4	Tidak Setuju	8	8,9
5	Sangat Tidak Setuju	4	4,1
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 15 orang (17%), responden yang memilih setuju sebanyak 33 orang (36%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 29 orang (32%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 8 orang (8,9%), Untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 4 orang (4,1%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 33 orang atau 36% menjawab setuju yang artinya konsumen setuju dengan Showroom Barito Motor berada dekat dengan tempat tinggal.

2). Variabel Harga (X2)

A. Indikator Keterjangkauan Harga

1. Item harga sepeda motor yang dijual sesuai dengan harapan.

Tabel XXIII Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Sepeda Motor yang Dijual Sesuai dengan Harapan

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	25	28,3
2	Setuju	38	42,6
3	Ragu-ragu	19	21,3
4	Tidak Setuju	7	7,8
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 25 orang (28,3%), responden yang memilih setuju sebanyak 38 orang (42,6%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 19 orang (21,3%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 7 orang (7,8%), Untuk jawaban sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 38 orang atau 42,6% menjawab setuju yang artinya konsumen setuju dengan harga sepeda motor yang dijual sesuai dengan harapan konsumen.

2. Item Keterjangkauan harga mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.

Tabel XXIV Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Keterjangkauan harga mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	26	29,2
2	Setuju	31	34,8
3	Ragu-ragu	25	28
4	Tidak Setuju	5	5,5
5	Sangat Tidak Setuju	2	2,5
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 26 orang (29,2%), responden yang memilih setuju

sebanyak 31 orang (34,8%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 25 orang (28%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 5 orang (5,5%), Untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2,5%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 31 orang atau 34,8% menjawab setuju yang artinya konsumen setuju dengan keterjangkauan harga mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.

B. Indikator Daya Saing Harga

1. Item Harga di Showroom Barito Motor dapat bersaing dengan Showroom lain.

Tabel XXV Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Harga di Showroom Barito Motor dapat bersaing dengan showroom lain

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	29	32,2
2	Setuju	32	35
3	Ragu-ragu	19	22
4	Tidak Setuju	9	9,9
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 29 orang (32,2%), responden yang memilih setuju sebanyak 32 orang (35%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 19 orang (22%),responden yang memilih tidak setuju sebanyak 9 orang (9,9%) untuk sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 32 orang atau 35% menjawab setuju yang artinya konsumen setuju dengan harga Showroom Barito Motor dapat bersaing dengan Showroom lain.

2. Item Showroom Barito Motor menawarkan produk yang sesuai dengan kualitas produk

Tabel XXVI Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Produk Showroom Barito Motor menawarkan produk yang sesuai dengan kualitas produk

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	16	7,9
2	Setuju	39	43,8
3	Ragu-ragu	28	3,2
4	Tidak Setuju	6	6,3
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 16 orang (7,9%), responden yang memilih setuju sebanyak 39 orang (40,7%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 25 orang (28%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 3 orang (3,3%), Untuk jawaban sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 39 orang atau 40,7% menjawab setuju yang artinya konsumen setuju dengan Showroom Barito Motor menawarkan produk yang sesuai dengan kualitas produk.

3. Item showroom Barito Motor sesuai dengan harga pasar yang ada.

Tabel XXVII Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Showroom Barito Motor sesuai dengan harga yang ada

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	24	26,7
2	Setuju	34	38,7
3	Ragu-ragu	28	31,2
4	Tidak Setuju	3	3,4
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 24 orang (26,7%), responden yang memilih setuju sebanyak 34 orang (38,7%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 28 orang (31,2%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 3 orang (3,4%), Untuk jawaban sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 34 orang atau 38,7% menjawab setuju yang artinya konsumen setuju dengan Showroom Barito Motor sesuai dengan harga pasar yang ada.

C. Indikator kesesuaian harga dan manfaat

1. Item Harga di Showroom Barito Motor sesuai dengan manfaat yang dirasakan

Tabel XXVIII Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Produk Showroom Barito Motor sesuai dengan manfaat yang dirasakan

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	18	20,3
2	Setuju	37	41,3
3	Ragu-ragu	26	29,5
4	Tidak Setuju	7	17,8
5	Sangat Tidak Setuju	1	1,1
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 18 orang (20,3%), responden yang memilih setuju sebanyak 37 orang (41,3%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 26 orang (29,5%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 7 orang (17,8%), Untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,1%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan

jumlah 37 orang atau 41,3% menjawab setuju yang artinya harga di Showroom Barito Motor sesuai dengan manfaat yang dirasakan.

2. Item Harga yang saya bayarkan, saya mendapatkan Produk yang memuaskan

Tabel XXIX Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan harga yang saya bayarkan, mendapatkan produk yang memuaskan

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	24	26,5
2	Setuju	28	31,5
3	Ragu-ragu	26	29,5
4	Tidak Setuju	11	12,5
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 24 orang (26,5%), responden yang memilih setuju sebanyak 28 orang (31,5%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 26 orang (29,5%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 11 orang (12,5%), Untuk jawaban sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 28 orang atau 31,5% menjawab setuju yang artinya harga yang saya bayarkan, saya mendapatkan produk yang memuaskan.

D. Indikator Kesesuaian harga dengan kualitas produk

1. Item harga yang ditetapkan oleh Showroom Barito Motor dengan mutu produk.

Tabel XXX Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Harga yang ditetapkan oleh Showroom Barito Motor dengan mutu produk.

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	23	25,7
2	Setuju	39	44

3	Ragu-ragu	20	22,5
4	Tidak Setuju	7	7,8
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 23 orang (26,7%), responden yang memilih setuju sebanyak 39 orang (44%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 20 orang (22,5%). Untuk jawaban tidak setuju sebanyak 7 orang atau (7,8%) dan sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 39 orang atau 44% menjawab setuju yang artinya harga yang ditetapkan oleh Showroom Barito Motor dengan mutu produk.

2. Item harga produk terjangkau dan terbukti dengan kualitasnya.

Tabel XXXI Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan harga produk terjangkau dan terbukti dengan kualitasnya

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	19	21,3
2	Setuju	33	37,3
3	Ragu-ragu	32	35,9
4	Tidak Setuju	5	5,5
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 19 orang (21,3%), responden yang memilih setuju sebanyak 33 orang (37,3%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 32 orang (35,9%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 5 orang (5,5%), Untuk jawaban sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 33 orang atau

37,3% menjawab setuju yang artinya harga produk terjangkau dan terbukti dengan kualitasnya.

3). Pelayanan (X3)

A. Indikator Keandalan

1. Item pelayanan sesuai dengan yang diharapkan

Tabel XXXII Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pelayanan Sesuai dengan yang di harapkan

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	25	28
2	Setuju	36	40,7
3	Ragu-ragu	25	28
4	Tidak Setuju	3	3,3
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 25 orang (28%), responden yang memilih setuju sebanyak 36 orang (40,7%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 25 orang (28%). Untuk jawaban tidak setuju sebanyak 3 orang atau (3,3%) dan sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 34 orang atau 40,7% menjawab setuju yang artinya pelayanan sesuai dengan yang diharapkan.

2. Item respon karyawan cepat.

Tabel XXXIII Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan respon karyawan cepat

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	16	18,2
2	Setuju	37	41,5
3	Ragu-ragu	33	37
4	Tidak Setuju	3	3,3
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 16 orang (18,2%), responden yang memilih setuju sebanyak 37 orang (41,5%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 33 orang (37%), untuk jawaban tidak setuju tidak sebanyak 3 orang dan responden yang memilih sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 37 orang atau 41,5% menjawab setuju yang artinya respon karyawan cepat.

3. Item Karyawan peduli dan ramah terhadap pengunjung

Tabel XXXIV Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan peduli dan ramah terhadap pengunjung

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	22	24,8
2	Setuju	35	39
3	Ragu-ragu	26	29,6
4	Tidak Setuju	5	5,5
5	Sangat Tidak Setuju	1	1,1
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 22 orang (24,8%), responden yang memilih setuju sebanyak 35 orang (39%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 26 orang (29,6%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 5 orang (5,5%), Untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,1)%. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 35 orang atau 39% menjawab setuju yang artinya karyawan peduli dan ramah terhadap pengunjung.

B. Indikator Daya Tanggap

1. Item penyampaian informasi yang diberikan jelas

Tabel XXXV Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan penyampaian informasi yang diberikan jelas

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	24	27,1
2	Setuju	37	41
3	Ragu-ragu	20	23,1
4	Tidak Setuju	8	8,8
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 24 orang (27,1%), responden yang memilih setuju sebanyak 37 orang (41%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 20 orang (23,1%). Untuk jawaban tidak setuju sebanyak 8 orang atau (8,8%) dan sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 24 orang atau 27,1% menjawab setuju yang artinya dengan harga yang konsumen bayarkan, konsumen.

2. Item Karyawan bersedia membantu keperluan pelanggan

Tabel XXXVI Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan karyawan bersedia membantu keperluan pelanggan

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	18	21,4
2	Setuju	39	44,9
3	Ragu-ragu	26	29,3
4	Tidak Setuju	3	3,3
5	Sangat Tidak Setuju	1	1,1
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 18 orang (21,4%), responden yang memilih setuju

sebanyak 39 orang (44,9%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 26 orang (29,3%). Untuk jawaban tidak setuju sebanyak 3 orang atau (3,3%) dan sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 39 orang atau 44,9% menjawab setuju yang artinya karyawan bersedia membantu keperluan pelanggan.

C. Indikator Jaminan

1. Item penanganan keluhan yang diberikan dengan baik.

Tabel XXXVII Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan penanganan keluhan yang diberikan dengan baik

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	36	40,2
2	Setuju	31	34,2
3	Ragu-ragu	14	16,7
4	Tidak Setuju	7	7,8
5	Sangat Tidak Setuju	1	1,1
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 36 orang (40,2%), responden yang memilih setuju sebanyak 31 orang (34,2%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 14 orang (16,7%). Untuk jawaban tidak setuju tidak ada dan sangat tidak setuju 1 orang (1,1%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 36 orang atau 40,2% menjawab sangat setuju yang artinya penanganan keluhan yang diberikan dengan baik.

2. Item jaminan yang membuat saya sangat percaya.

Tabel XXXVIII Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan jaminan yang membuat saya percaya

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	17	19,6
2	Setuju	47	52,5
3	Ragu-ragu	21	23,5
4	Tidak Setuju	3	3,3
5	Sangat Tidak Setuju	1	1,1
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 17 orang (19,6%), responden yang memilih setuju sebanyak 47 orang (52,5%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 21 orang (23,5%). Untuk jawaban tidak setuju sebanyak 3 orang atau (3,3%) dan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang atau (1,1%) t. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 47 orang atau 52,5% menjawab setuju yang jaminan membuat saya sangat percaya.

D. Indikator Empati

1. Item karyawan memberikan perhatian memberikan konsumen

Tabel XXXIX Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan karyawan memberikan perhatian terhadap konsumen

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	28	31,3
2	Setuju	41	46,2
3	Ragu-ragu	15	17
4	Tidak Setuju	5	5,5
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 28 orang (31,3%), responden yang memilih setuju

sebanyak 41 orang (46,2%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 15 orang (17%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 5 orang (5,5%) dan sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 41 orang atau 46,2% menjawab setuju yang artinya karyawan memberikan perhatian terhadap konsumen.

2. Item kepekaan karyawan dalam memahami keinginan konsumen

Tabel XL Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan kepekaan karyawan dalam memahami keinginan konsumen

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	23	25,3
2	Setuju	31	34,7
3	Ragu-ragu	30	34
4	Tidak Setuju	4	4,4
5	Sangat Tidak Setuju	1	1,2
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 23 orang (25,3%), responden yang memilih setuju sebanyak 31 orang (34,7%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 30 orang (34%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 4 orang (4,4%) dan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau (1,1%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 31 orang atau 34,7% menjawab setuju yang artinya kepekaan karyawan dalam memahami keinginan konsumen.

4). Minat Beli (Y)

A. Indikator Frekuensi Mencari Informasi

1. Item saya mencari informasi mengenai produk yang saya minati

Tabel XLI Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan saya mencari informasi mengenai produk yang saya minati

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	24	27
2	Setuju	39	43,9
3	Ragu-ragu	22	24,7
4	Tidak Setuju	1	1,1
5	Sangat Tidak Setuju	3	3,3
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 24 orang (27%), responden yang memilih setuju sebanyak 39 orang (43,9%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 22 orang (24,7%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 1 orang (1,1%) dan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang atau (3,3%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 39 orang atau 43,9% menjawab setuju yang artinya saya mencari informasi mengenai prdoduk yang saya minati.

2.Item Anda berminat membeli produk Showroom Barito Motor karena promosi dari mulut ke mulut.

Tabel XLII Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Anda membeli produk Showroom Barito Motor Karena promosi dari mulut ke mulut.

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	29	32,5
2	Setuju	21	23,5
3	Ragu-ragu	32	36,3
4	Tidak Setuju	6	6,6
5	Sangat Tidak Setuju	1	1,1
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 29 orang (32,5%), responden yang memilih setuju

sebanyak 21 orang (23,5%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 32 orang (36,3%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 6 orang (6,6%) dan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau (1,1%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah ragu-ragu dengan jumlah 32 orang atau 36,3% menjawab ragu-ragu yang artinya anda berminat membeli prooduk showroom Barito Motor karena promosi dari mulut kemulut.

B. Indikator keinginan segera membeli

1. Item saya bersedia melakukan pembelian sepeda motor di Showroom di Barito Motor.

Tabel XLIII Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan saya bersedia melakukan pembelian sepeda motor di Showroom Barito Motor

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	19	21,4
2	Setuju	41	46,2
3	Ragu-ragu	22	24,7
4	Tidak Setuju	6	6,6
5	Sangat Tidak Setuju	1	1,1
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 19 orang (21,4%), responden yang memilih setuju sebanyak 41 orang (46,2%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 22 orang (24,7,7%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 6 orang (6,6%) dan sangat tidak setuju 1 orang (1,1%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 41 orang atau 46,2% menjawab setuju yang artinya saya bersedia melakukan pembelian sepeda motor di Showroom Barito Motor.

2. Item saya sudah datang beberapa kali ke Showroom Barito Motor akhirnya saya memutuskan untuk membeli.

Tabel XLIV Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan saya sudah datang beberapa kali ke showroom Barito Motor akhirnya saya memutuskan untuk membeli

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	21	24
2	Setuju	26	29
3	Ragu-ragu	34	38,2
4	Tidak Setuju	6	6,6
5	Sangat Tidak Setuju	2	2,2
Total		89	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 21 orang (24%), responden yang memilih setuju sebanyak 26 orang (29%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 34 orang (38,2%), responden yang memilih tidak setuju 6 orang (6,6%) dan tidak setuju 2 orang atau (2,2%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah ragu-ragu dengan jumlah 34 orang atau 38,2% menjawab setuju yang artinya ketika orang sudah datang beberapa kali ke Showroom Barito Motor akhirnya memutuskan untuk membeli.

C. Indikator minat Preferensial (selera/memilih,pilihan)

1. Item produk yang dijual showroom barito motor adalah pilihan utama saya

Tabel XLV Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan produk yang dijual showroom barito motor adalah pilihan utama saya

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	22	25
2	Setuju	39	43,7
3	Ragu-ragu	22	24,7
4	Tidak Setuju	5	5,5
5	Sangat Tidak Setuju	1	1,1

Total	89	100
-------	----	-----

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 22 orang (25%), responden yang memilih setuju sebanyak 39 orang (43,7%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 22 orang (24,7%), responden yang memilih tidak setuju 5 orang (5,5%) dan sangat tidak setuju 1 orang atau (!,1%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 39 orang atau 43,7% menjawab setuju yang artinya produk yang dijual showroom barito motor adalah pilihan utama saya

2. Item produk yang dijual sesuai dengan selera dan cocok dengan apa yang saya pilih.

Tabel XLV Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan produk yang dijual sesuai dengan selera dan cocok dengan apa yang saya pilih

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	25	28
2	Setuju	34	38,2
3	Ragu-ragu	25	28
4	Tidak Setuju	5	5,5
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		89	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 25 orang (28%), responden yang memilih setuju sebanyak 34 orang (38,2%), responden yang memilih ragu-ragu sebanyak 25 orang (28%), responden yang memilih tidak setuju 5 orang (5,5%) dan sangat tidak setuju 0 orang atau (0%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 34 orang atau 38,2%

menjawab setuju yang artinya produk yang dijual sesuai dengan selera dan cocok dengan apa yang saya pilih.

4. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data penelitian yang dilakukan memiliki distribusi yang normal atau tidak. Data yang baik adalah data yang normal dalam pendistribusiannya (Andi & Komputer, 2017, hal. 12). Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan *SPSS 22 for windows* Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel XLVI Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		89
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,26118511
Most Extreme Differences	Absolute	,044
	Positive	,043
	Negative	-,044
Test Statistic		,044
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^c
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Dengan nilai Sig. $\alpha = 0,05$, dapat disimpulkan bahwa Asymp. Sig. = $0,200^c > \text{Sig. } \alpha = 0,05$ maka data terdistribusi normal. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah jika data menyebar di sekitar garis

diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi Normalitas.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel *independent* yang memiliki kemiripan antar variabel *independent* dalam suatu model. Kemiripan antar variabel *independent* akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat (Sujarweni V. W., SPSS Untuk Penelitian, 2015, hal. 185). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Perhitungan nilai *tolerance* serta *variance inflation factor* (VIF). Multikolinearitas terjadi apabila:

a) Nilai Toleransi

Tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10. Terjadi multikolinearitas, jika nilai *tolerance* lebih kecil atau sama dengan 0,10

b) Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)

Tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00. Terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00. Hasil Uji Multikolinearitas dapat dilihat pada tabel:

Tabel XLVII Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

1	(Constant)	1,522	2,641		,576	,566		
	Lokasi	,108	,095	,118	1,146	,255	,610	1,639
	Harga	,197	,079	,270	2,488	,015	,550	1,818
	Pelayanan	,325	,085	,392	3,807	,000	,611	1,635
a. Dependent Variable: Minat Beli								

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Dari hasil perhitungan tabel di atas tidak terjadi multikolinearitas pada kedua variabel yaitu lokasi, harga, dan pelayanan terhadap minat beli karena nilai *Tolerance* > 0,10 ($0,610+0,550+0,611 > 0,10$) dan nilai VIF < 10,0 ($1,639+1,818+1,635 < 10,00$).

3) Uji Heteroskedastisitas

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 XLVIII Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,561	1,580		1,621	,109
	Lokasi	,034	,057	,082	,598	,552
	Harga	-,043	,047	-,132	-,960	,367

	Pelayanan	-,009	-,051	-,023	-,169	,866
a. Dependent Variable: RES2						

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai Sig. $X_1 = 0,552 \geq \text{Sig. } \alpha = 0,05$ maka disimpulkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas, Sig. $X_2 = 0,367 \geq \text{Sig. } \alpha = 0,05$. dan Sig. $X_3 = 0,866 \geq \text{Sig. } \alpha = 0,05$ maka disimpulkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas yaitu lokasi, harga dan pelayanan terhadap variabel terikat yaitu minat beli. Model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

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

$$Y = 1,522 + 0,108 X_1 + 0,197 X_2 + 0,325 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Minat Beli

X_1 : Lokasi

X_2 : Harga

X_3 : Pelayanan

a : Nilai konstanta

b : Koefisien regresi

e : *error term* (standar error)

Jika tidak terdapat pengaruh lokasi (X_1) dan harga (X_2) pelayanan (X_3) maka minat beli (Y) naik sebesar 1,552%, lokasi berpengaruh positif

terhadap minat beli. Apabila lokasi (X1) naik 1% maka minat beli (Y) naik sebesar 0,108% dan sebaliknya jika lokasi (X1) turun sebesar 1% maka minat beli (Y) turun sebesar 0,108%, Harga juga berpengaruh positif terhadap minat beli. Jika variabel harga (X2) naik sebesar 1% maka minat beli (Y) akan naik sebesar 0,197% dan sebaliknya jika harga (X2) turun sebesar 1% maka minat beli (Y) akan turun sebesar 0,197%. Pelayanan juga berpengaruh positif terhadap minat beli. Jika variabel pelayanan (X3) naik sebesar 1% maka minat beli (Y) akan naik sebesar 0,325% dan sebaliknya jika pelayanan (X3) turun sebesar 1% maka minat beli (Y) akan turun sebesar 0,325%.

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh lokasi, harga dan pelayanan terhadap minat beli konsumen di showroom barito motor maka dilakukan pengujian-pengujian hipotesis penelitian terhadap variabel-variabel dengan pengujian, yaitu, uji t (uji signifikan parsial), uji F (uji Simultan) dan uji koefisien determinasi.

Berdasarkan data yang diperoleh maka dapat dilakukan perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 22 *For Windows*.

Berikut hasil perhitungannya :

a) Uji t (uji signifikan parsial)

Uji t digunakan untuk memprediksi ada tidaknya pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Jika dalam pengujian dipastikan bahwa koefisien regresi yaitu variabel independen tidak sama dengan nol, maka variabel independen tersebut berpengaruh

terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika dalam pengujian tersebut dipastikan bahwa koefisien regresi suatu variabel independen sama dengan nol, maka variabel independen tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel XLIX Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,522	2,264		,576	,566
	Lokasi	,108	,095	,118	1,146	,255
	Harga	,197	,079	,270	2,488	,015
	Pelayanan	,325	,085	,392	3,807	,000

a. Dependent Variable: Minat beli

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Kriteria pengujian:

Ho diterima dan Ha ditolak, apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $Sig. > \alpha$

Ha diterima dan Ho ditolak, apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $Sig. \leq \alpha$

(1) Pengujian hipotesis lokasi (X_1)

Hasil uji t dari tabel di atas menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dan variabel lokasi diperoleh t_{hitung} sebesar 1,146 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,986 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa lokasi berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli. Dengan demikian H_a dalam penelitian ini diterima. Berarti variabel lokasi terdapat pengaruh signifikan terhadap minat beli di showroom barito motor

(2) Pengujian hipotesis harga (X_2)

Hasil uji t dari tabel untuk variabel harga diperoleh nilai koefisien positif, dengan t_{hitung} sebesar 2,488 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,986 dan tingkat signifikansi sebesar 0,015 lebih kecil dari 0,05 maka H_a dalam penelitian ini diterima. Berarti variabel harga terdapat pengaruh signifikan terhadap minat beli di showroom barito motor

(3)Pengujian hipotesis pelayanan (X_3)

Hasil uji t dari tabel untuk variabel pelayanan diperoleh nilai koefisien positif, dengan t_{hitung} sebesar 3,807 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,986 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka H_a dalam penelitian ini diterima. Berarti variabel pelayanan terdapat pengaruh signifikan terhadap minat beli di showroom barito motor

b) Uji F (uji simultan)

Uji ini digunakan untuk membuktikan apakah variabel bebas (lokasi, harga dan pelayanan) berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (minat beli).

Tabel L Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	367,161	3	122,387	23,121	,000 ^b
	Residual	449,940	85	5,293		
	Total	817,101	88			
a. Dependent Variable: Minat beli						
b. Predictors: (Constant), pelayanan, lokasi, harga						

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Kriteria pengujian:

Ho diterima dan Ha ditolak, apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau $Sig. > \alpha$

Ha diterima dan Ho ditolak, apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau $Sig. \leq \alpha$

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai F_{hitung} adalah sebesar 23,121. Nilai tersebut lebih besar dari nilai F_{tabel} yang sebesar 3,10 dan nilai signifikansi untuk pengaruh lokasi (X_1) dan harga (X_2) pelayanan (X_3) secara simultan terhadap minat beli (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dikarenakan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, dan nilai $Sig. <$ tingkat α , maka dapat disimpulkan Ho ditolak. Artinya, terdapat pengaruh signifikan variabel lokasi, harga dan pelayanan terhadap minat beli konsumen di showroom barito motor

c) Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi atau *adjusted R²* bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel *independent*/bebas (variabel kualitas produk dan harga) menjelaskan variabel *dependent*/terikat (kepuasan konsumen) atau untuk mengetahui besar persentase variasi terikat yang dijelaskan pada variabel bebas.

Tabel LI Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,670 ^a	,499	,430	2,301	1,974
a. Predictors: (Constant), pelayanan, lokasi, harga					
b. Dependent Variable: Minat beli					

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi/*adjusted R²* sebesar 0,430 atau 43%. Besarnya nilai koefisien

determinasi/*adjusted R*² tersebut menunjukkan bahwa variabel *independent* yang terdiri dari lokasi (X_1) dan harga (X_2) pelayanan (X_3) mampu menjelaskan variabel *dependent* yaitu minat beli di showroom barito motor(Y) sebesar 43% sedangkan sisanya sebesar 57% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

B. Analisis Data

1. Pengaruh secara parsial lokasi terhadap terhadap minat beli konsumen di showroom barito motor.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis untuk lokasi yang telah dilakukan, hasil uji t menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dan variabel lokasi diperoleh t -hitung sebesar 1,146 lebih besar dari t -tabel sebesar 1,986 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa lokasi berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli. Dengan demikian H_a dalam penelitian ini diterima. Berarti variabel lokasi terdapat pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di showroom barito motor.

Lokasi merupakan hal yang krusial dalam kebersihan bisnis ritel sebuah area toko toko perdagangan adalah area yang mengelilingi toko, dimana toko memiliki pelanggan-pelanggan utamanya. Keberadaan atau pemilihan area toko juga tergantung pada jenis barang yang diperdagangkan. Pilihan lokasi peritel merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik pelanggan. Misalnya, para pelanggan akan memilih bank yang paling dekat dengan rumah mereka. Rantai toko serba

ada, perusahaan minyak, serta penjual hak paten dalam bidang makanan tidak tahan lama akan berhati-hati sekali dalam memilih lokasi. (Syihabudhin, 2008, hal. 98)

Lokasi sebagai sarana aktivitas perusahaan agar produk mudah didapatkan oleh konsumen sarasanya, sedangkan Effendy berpendapat bahwa yang perlu mendapat perhatian dalam hal lokasi ini meliputi banyak hal (saluran distribusi, persediaan dan transport) termasuk didalamnya tempat perusahaan beroperasi, berproduksi maupun cara penyampaian barang dari produsen kepada konsumen. Beberapa indikator lokasi yaitu:

- a. Lahan Parkir yang Memadai
 - b. Kedekatan lokasi dengan pusat keramaian
 - c. Kenyamanan lingkungan
 - d. Mudah dijangkau (Magda, 2017, hal. 2)
2. Pengaruh secara parsial harga terhadap terhadap minat beli konsumen di showroom barito motor.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis untuk harga yang telah dilakukan, hasil uji t menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dan variabel harga diperoleh t_{hitung} sebesar 2,488 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,986 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli. Dengan demikian H_a dalam penelitian ini diterima. Berarti variabel harga terdapat pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di showroom barito motor.

Kotler dan Amstrong mengatakan sebagaimana dikutip oleh Setiyaningrum bahwa 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 atas kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa. Secara historis, harga menjadi faktor utama yang memengaruhi pilihan seorang pembeli. Namun, pada dekade ini faktor-faktor nonharga dinilai penting. Meskipun demikian, harga masih merupakan salah satu elemen terpenting yang menentukan pangsa pasar dan tingkat keuntungan perusahaan (Setiyaningrum, 2015, hal. 128).

Terdapat empat dimensi yang mencirikan harga, yaitu:

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat (Tianing, 2014, hal. 2).

Harga produk atau jasa yang dipasarkan merupakan faktor yang sangat penting. Harga suatu barang atau jasa merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan bagi konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian.

3. Pengaruh secara parsial pelayanan terhadap minat beli konsumen di showroom barito motor.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis untuk pelayanan yang telah dilakukan, hasil uji t menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dan variabel pelayanan diperoleh t_{hitung} sebesar 3,807 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,986 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli. Dengan demikian H_a dalam penelitian ini diterima. Berarti variabel pelayanan terdapat pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di showroom barito motor.

Pelayanan adalah kualitas atau mutu merupakan; keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Pelayanan adalah sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan".Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.

Faktor-faktor pelayanan ada lima dimensi kualitas jasa, yaitu:

- a. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu

(*on time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan, dan tanpa melakukan kesalahan.

- b. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen;
- c. Jaminan (*assurance*), meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya resiko;
- d. Empati, yaitu meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan, konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan;
- e. Produk-produk fisik (*tangibles*), tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa. (Mamang Sangadji & Sopiah, 2013, hal. 100-101)

4. Pengaruh secara simultan pengaruh lokasi, harga dan pelayanan terhadap minat beli konsumen di showroom barito motor

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan diperoleh hasil nilai F_{hitung} sebesar 23,121. Nilai tersebut lebih besar dari nilai F_{tabel} yang sebesar 3,10 dan nilai signifikansi untuk pengaruh lokasi (X_1) dan

harga (X_2) pelayanan (X_3) secara simultan terhadap minat beli (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dikarenakan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, dan nilai Sig. $<$ tingkat α , maka dapat disimpulkan H_0 ditolak. Artinya, terdapat pengaruh signifikan variabel lokasi, harga dan pelayanan terhadap minat beli konsumen di showroom barito motor.

keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Sejalan dengan hal di atas, pengambilan keputusan adalah suatu proses seleksi untuk memilih di antara dua atau lebih alternatif pilihan. keputusan pembelian untuk kebanyakan produk hanyalah suatu kegiatan rutin dalam arti kebutuhan akan cukup terpuaskan melalui pembelian ulang suatu produk yang sama. Namun apabila terjadi perubahan harga, produk dan pelayanan yang diterima maka konsumen mungkin tidak akan mengulang kembali keputusan pembeliannya dengan mempertimbangkan berbagai alternatif produk lainnya. (Effendi, 2016, hal. 247-249)

Minat beli adalah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk.

Indikator minat beli

1. Frekuensi mencari informasi
2. Keinginan segera membeli
3. Minat preferensial (Annafik, 2012, hal. 2)