

## BAB IV

### LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

#### A. Laporan Penelitian

##### 1. Karakteristik Responden

Dalam bagian ini karakteristik responden menggambarkan keadaan responden yang berjumlah 100 orang merupakan pembeli pakaian pada toko Anna-Nanashop. Data diskriptif menggambarkan keadaan responden sebagai informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian.

Karakteristik dalam penelitian ini meliputi: gambaran jenis kelamin, usia responden, pendidikan terakhir dan pekerjaan responden. Dari 100 kuesioner yang telah dibagikan secara langsung dan secara online, semua berhasil dikumpulkan dan dinyatakan layak untuk dianalisa lebih lanjut. Hasil data yang telah dikumpulkan menunjukkan gambaran sebagai berikut:

##### a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>F</b>	<b>Persentase (%)</b>
Perempuan	96	96%
Laki-laki	4	4%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022

Dilihat dari tabel diatas, berdasarkan jenis kelamin responden terdapat bahwa 96 orang atau 96% responden berjenis kelamin perempuan. Sedangkan untuk responden yang berjenis

kelamin laki-laki sebanyak 4 orang atau 4%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pembeli pakaian pada toko Anna-Nanashop yang dijumpai oleh penulis dalam proses pengumpulan data adalah perempuan.

b. Usia Responden

Berdasarkan profil pada kuesioner responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia

<b>Kelompok Usia</b>	<b>F</b>	<b>Persentase (%)</b>
15-19 Tahun	24	24%
20-24 Tahun	53	53%
25-29 Tahun	16	16%
30-34 Tahun	4	4%
35-39 Tahun	3	3%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel diatas, memperlihatkan bahwa pembeli pakaian pada toko Anna-Nanashop yang diambil sebagai responden sebagian besar berusia 20-24 tahun sebanyak 53 orang atau 53%. Selanjutnya data responden yang berusia 15-19 tahun sebanyak 24 orang atau 24%, yang berusia 25-29 tahun sebanyak 16 orang atau 16%, yang berusia 30-34 tahun sebanyak 4 orang atau 4% dan dalam proses pengumpulan data ini, penulis hanya menemui 3 orang atau 3% responden yang berusia 35-39 tahun.

c. Pendidikan Terakhir Responden

Tingkat Pendidikan menentukan seseorang dalam menerima informasi serta pengetahuan. Berikut ini data responden dengan latar belakang Pendidikan terakhirnya:

Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

<b>Tingkat Pendidikan Terakhir</b>	<b>F</b>	<b>Persentase (%)</b>
SD/Sederajat	0	0%
SMP/Sederajat	3	3%
SMA/Sederajat	73	73%
Diploma/Sarjana	24	24%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan data responden yang berhasil dikumpulkan dengan menyebar kuesioner yang telah diisi, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat atau tidak ditemukan responden yang berpendidikan terakhirnya SD/Sederajat yang berarti bernilai 0%, terdapat 3% yang berpendidikan SMP/Sederajat, terdapat 73 orang atau 73% responden yang berpendidikan SMA/Sederajat dan yang berpendidikan Diploma/Sarjana sebanyak 24 orang atau 24%. Dapat dilihat dari data bahwa mayoritas pembeli pakaian pada toko Anna-Nanashop berpendidikan SMA/Sederajat.

d. Pekerjaan Responden

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Pada penelitian ini, didapatkan data pembeli pakaian pada toko Anna-Nanashop sebagai berikut:

Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

<b>Jenis Pekerjaan</b>	<b>F</b>	<b>Persentase (%)</b>
PNS	1	1%
Pegawai Swasta	10	10%
Wiraswasta	8	8%
Pelajar/Mahasiswa	46	46%
Lain-lain	35	35%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Dalam penelitian ini terdapat 5 jenis pekerjaan responden yaitu PNS, Pegawai Swasta, Wiraswasta, Pelajar/Mahasiswa dan lain-lain (berupa ibu rumah tangga, guru/pengajar). Dari tabel diatas hasil total sebaran kuesioner, masing-masing responden mempunyai persentase sebagai berikut: pembeli pakaian pada toko Anna-Nanashop yang memiliki pekerjaan sebagai PNS sebanyak 1 orang atau 1%, responden yang memiliki pekerjaan sebagai Pegawai Swasta berjumlah 10 orang atau 10% untuk Wiraswasta berjumlah 8 orang atau 8%, sedangkan yang masih Pelajar/Mahasiswa sebanyak 46 orang atau 46% yang merupakan jumlah terbanyak diantara pekerjaan yang lainnya, dan sisanya

sebanyak 35 orang atau 35% yang termasuk kedalam kategori Pekerjaan lain-lain.

## 2. Deskriptif Variabel Penelitian

### a. Variabel Harga

- 1) Harga pakaian pada toko Anna-Nanashop dapat dijangkau oleh semua kalangan

Tabel 4.5 Jawaban responden tentang harga yang ditetapkan oleh toko Anna-Nanashop dapat dijangkau oleh semua kalangan

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	15	15%
2	Setuju	56	56%
3	Kurang Setuju	26	26%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa ada sebanyak 56 orang (56%) menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa harga pakaian pada toko Anna-Nanashop dapat dijangkau oleh semua kalangan. Sebanyak 26 orang (26%) menyatakan kurang setuju, 15 orang (15%) menyatakan sangat setuju, 3 orang (3%) menyatakan tidak setuju dan tidak ada respon yang menyatakan sangat tidak setuju. Yang berarti bahwa banyak pembeli Anna-Nanashop merasa

harga yang ditetapkan oleh toko Anna-Nanashop terjangkau oleh semua kalangan.

- 2) Pakaian pada toko Anna-Nanashop memiliki harga yang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan

Tabel 4.6 Jawaban responden tentang harga pakaian yang ditetapkan Anna-Nanashop sesuai dengan kualitas yang ditawarkan

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	14	14%
2	Setuju	64	64%
3	Kurang Setuju	20	20%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat jawaban responden tentang harga yang ditetapkan oleh toko Anna-Nanashop sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju dan hanya 2 orang (2%) yang menjawab tidak setuju. Jawaban responden yang terbanyak menjawab setuju sebanyak 64 orang (64%), untuk jawaban kurang setuju ada 20 orang (20%) dan untuk yang menjawab sangat setuju ada 14 orang (14%). Jadi banyak responden yang setuju bahwa harga pakaian yang ditetapkan oleh Anna-Nanashop sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.

- 3) Harga pakaian pada toko Anna-Nanashop sesuai dengan harapan saya

Tabel 4.7 Jawaban responden tentang harga pakaian yang dijual pada toko Anna-Nanashop sesuai dengan yang diharapkan

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	14	14%
2	Setuju	67	67%
3	Kurang Setuju	17	17%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Pada tabel 4.7 diatas, dapat dilihat bahwa alternatif jawaban terbanyak pernyataan tentang harga pakaian yang dijual Anna-Nanashop sesuai dengan yang diharapkan yaitu sebanyak 67 orang (67%), responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 17 orang (17%), reponden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 orang (14%) sedangkan hanya 2 orang (2%) yang menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Jadi sebagian besar responden setuju bahwa harga pakaian pada toko Anna-Nanashop sesuai dengan yang diharapkan.

- 4) Harga pakaian pada toko Anna-Nanashop cukup bersaing dengan produk sejenis ditempat lain

Tabel 4.8 Jawaban responden tentang harga pakaian pada toko Anna-Nanashop cukup bersaing dengan produk sejenis ditempat lain

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	18	19%
2	Setuju	66	66%
3	Kurang Setuju	13	13%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dapat dilihat bahwa alternatif jawaban tertinggi pernyataan tentang harga pakaian pada toko Anna-Nanashop cukup bersaing dengan produk yang sejenis ditempat lain adalah setuju sebanyak 66 orang (66%), responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 19 orang (19%), untuk yang menyatakan kurang setuju ada 13 orang (13%), dan responden yang menyatakan tidak setuju hanya 1 orang (1%), sedangkan responden yang menyatakan sangat tidak setuju hanya 1 orang (1%). Jadi Sebagian besar responden setuju bahwa harga pakaian pada toko Anna-Nanashop tidak kalah saing atau cukup bersaing dengan produk yang sejenis ditempat lain.

- 5) Harga pakaian pada toko Anna-Nanashop sesuai dengan manfaat yang saya rasakan

Tabel 4.9 Jawaban responden tentang harga pakaian pada toko Anna-Nanashop sesuai dengan manfaat yang saya rasakan

No.	Alternatif	F	Persentase
1	Sangat Setuju	16	16%
2	Setuju	62	62%
3	Kurang Setuju	21	21%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, dapat dilihat bahwa alternatif jawaban tertinggi pernyataan tentang harga pakaian pada toko Anna-Nanashop dengan manfaat yang dirasakan yaitu sebanyak 62 orang (62%), responden yang menyatakan kurang setuju ada 21 orang (21%), untuk yang menyatakan sangat setuju ada 16 orang (16%), sedangkan hanya ada 1 orang (1%) yang menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Jadi sebagian besar responden setuju bahwa harga pakaian pada toko Anna-Nanashop dengan manfaat yang dirasakan.

- 6) Harga yang ditetapkan oleh toko Anna-Nanashop memiliki kesepakatan saling ridho dengan konsumen

Tabel 4.10 Jawaban responden tentang harga yang ditetapkan oleh toko Anna-Nanashop memiliki kesepakatan saling ridho dengan konsumen

No.	Alternatif	F	Persentase
1	Sangat Setuju	18	18%
2	Setuju	55	55%
3	Kurang Setuju	24	24%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, dapat dilihat bahwa hanya terdapat 1 orang (1%) yang memilih sangat tidak setuju, ada 2 orang (2%) yang memilih tidak setuju, ada 18 orang (18%) yang memilih sangat setuju, dan yang memilih kurang setuju sebanyak 24 orang (24%) sedangkan jawaban tertinggi responden sebanyak 55 orang (55%) memilih setuju. Jadi sebagian responden setuju bahwa harga yang ditetapkan oleh toko Anna-Nanashop memiliki kesepakatan saling ridho dengan konsumen.

b. Variabel Promosi

- 1) Promosi memberikan informasi tentang produk yang dijual secara lengkap

Tabel 4.11 Jawaban responden tentang promosi memberikan informasi tentang produk yang dijual secara lengkap

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	20	20%
2	Setuju	60	60%

3	Kurang Setuju	16	16%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.11, dapat dilihat bahwa alternatif jawaban tentang promosi memberikan informasi tentang produk yang dijual secara lengkap pada toko Anna-Nanashop, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang (20%), untuk responden yang menyatakan setuju sebanyak 60 orang (60%) yang merupakan pilihan terbanyak, responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 16 orang (16%), dan responden yang menyatakan tidak setuju ada 3 orang (3%) sedangkan hanya ada 1 orang (1%) yang menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil tersebut diketahui bahwa responden menyatakan setuju tentang promosi memberikan informasi tentang produk yang dijual secara lengkap pada toko Anna-Nanashop.

- 2) Tampilan promosi yang menarik sehingga membuat saya tertarik untuk membeli

Tabel 4.12 Jawaban responden tentang tampilan promosi yang menarik sehingga membuat pelanggan tertarik untuk membeli

No.	Alternatif	F	Pertentase (%)
1	Sangat Setuju	23	23%
2	Setuju	61	61%

3	Kurang Setuju	14	14%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, dapat dilihat bahwa alternatif jawaban responden tentang tampilan promosi yang menarik sehingga menarik minat pelanggan untuk membeli pada toko Anna-Nanashop, jawaban responden terbanyak menyatakan setuju sebanyak 61 orang (61%), responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 23 orang (23%), responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 14 orang (14%), sedangkan hanya ada 2 orang (2%) yang menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil tersebut diketahui bahwa responden menyatakan setuju tentang tampilan promosi yang menarik sehingga menarik minat pelanggan untuk membeli pakaian pada toko Anna-Nanashop.

### 3) Memberikan informasi akan ketersediaan berbagai produk

Tabel 4.13 Jawaban responden tentang memberikan informasi akan ketersediaan berbagai produk pada toko Anna-Nanashop

No.	Alternatif	F	Pertentase (%)
1	Sangat Setuju	13	13%
2	Setuju	57	57%
3	Kurang Setuju	22	22%

4	Tidak Setuju	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju	4	4%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, dapat dilihat bahwa alternatif jawaban tentang memberikan informasi akan ketersediaan berbagai produk pada toko Anna-Nanashop, jawaban responden terbanyak yang menyatakan setuju sebanyak 57 orang (57%), untuk responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 13 orang (13%), responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 22 orang (22%), untuk responden yang menyatakan tidak setuju ada 4 orang (4%) sedangkan untuk responden yang menyatakan sangat tidak setuju hanya ada 4 orang (4%). Dari hasil data tersebut diketahui bahwa responden menyatakan setuju tentang memberikan informasi akan ketersediaan berbagai produk pakaian pada toko Anna-Nanashop.

- 4) Promosi yang diadakan pada toko Anna-Nanashop disetiap *event* tertentu menarik bagi konsumen

Tabel 4.14 Jawaban responden tentang promosi yang diadakan pada toko Anna-Nanashop disetiap *event* tertentu menarik bagi konsumen

No.	Alternatif	F	Pertentase (%)
1	Sangat Setuju	24	24%

2	Setuju	62	62%
3	Kurang Setuju	13	13%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, dapat dilihat bahwa alternatif jawaban tentang promosi yang diadakan pada toko Anna-Nanashop disetiap *event* tentunya menarik bagi konsumen atau pelanggan, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 24 orang (24%), untuk responden yang menyatakan setuju sebanyak 62 orang (62%) yang merupakan pilihan terbanyak responden, responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 13 orang (13%), sedangkan hanya 1 orang (1%) yang menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil diketahui bahwa responden menyatakan setuju tentang promosi yang diadakan pada toko Anna-Nanashop disetiap *event* tentunya menarik bagi konsumen atau pelanggan.

- 5) Toko Anna-Nanashop selalu mengadakan promo dan hadiah sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku

Tabel 4.15 Jawaban responden tentang promo yang diadakan oleh toko Anna-Nanashop sesuai dengan hadiah berdasarkan syarat dan ketentuan yang berlaku

No.	Alternatif	F	Pertentase (%)
1	Sangat Setuju	26	26%
2	Setuju	56	56%
3	Kurang Setuju	17	17%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, dapat dilihat bahwa alternatif jawaban tentang promo yang diadakan oleh toko Anna-Nanashop sesuai dengan hadiah berdasarkan syarat dan ketentuan yang berlaku, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 26 orang (26%), untuk responden yang menyatakan setuju sebanyak 56 orang (56%) yang mana merupakan pilihan responden terbanyak, responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 17 orang (17%), sedangkan hanya ada 1 orang yang menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil tersebut diketahui bahwa responden menyatakan setuju tentang promo yang diadakan oleh toko Anna-Nanashop sesuai dengan hadiah berdasarkan syarat dan ketentuan yang berlaku.

- 6) Promosi yang dilakukan oleh Anna-Nanashop sesuai dengan produk yang dipromosikan dan terhindar dari segala macam bentuk penipuan, curang dan lain-lain

Tabel 4.16 Jawaban responden tentang promosi yang dilakukan oleh Anna-Nanashop sesuai dengan produk yang dipromosikan dan terhindar dari segala bentuk penipuan, curang dan lain-lain

No.	Alternatif	F	Persentase
1	Sangat Setuju	12	12%
2	Setuju	54	54%
3	Kurang Setuju	32	32%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.16 diatas, dapat dilihat jawaban terbanyak respon memilih setuju yaitu 54 orang (54%), ada 32 orang (32%) yang memilih kurang setuju, sebanyak 12 orang (12%) responden memilih sangat setuju dan 1 orang (1%) responden yang memilih tidak setuju sedangkan responden yang memilih sangat tidak setuju hanya terdapat 1 orang (1%). Dari hasil tersebut diketahui bahwa responden menyatakan setuju bahwa promosi yang dilakukan oleh Anna-Nanashop sesuai dengan produk yang dipromosikan dan terhindar dari segala bentuk penipuan, curang dan lain-lain.

c. Variabel Kualitas Produk

- 1) Toko Anna-Nanshop menyediakan berbagai jenis produk

Tabel 4.17 Jawaban responden tentang toko Anna-Nanashop menyediakan berbagai jenis produk

No.	Alternatif	F	Pertentase (%)
1	Sangat Setuju	12	12%
2	Setuju	57	57%
3	Kurang Setuju	26	26%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.17 diatas, dapat dilihat bahwa alternatif jawaban tentang toko Anna-Nanashop menyediakan berbagai jenis produk. Responden yang menyatakan sangat tidak setuju ada 2 orang (2%), responden yang menyatakan tidak setuju ada 3 orang (3%), untuk jawaban responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 26 orang (26%), responden yang menjawab setuju sebanyak 57 orang (57%) yang merupakan jawaban terbanyak responden sedangkan responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 12 orang (12%). Jadi banyak responden yang setuju bahwa toko Anna-Nanashop banyak menyediakan berbagai jenis produk.

- 2) Kualitas pakaian pada toko Anna-Nanashop sesuai dengan yang saya harapkan

Tabel 4.18 Jawaban responden tentang kualitas pakaian pada toko Anna-Nanashop sesuai dengan yang diharapkan

No.	Alternatif	F	Pertentase (%)
1	Sangat Setuju	12	12%
2	Setuju	65	65%
3	Kurang Setuju	21	21%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.18 diatas, dapat dilihat bahwa alternatif jawaban tentang kualitas pakaian pada toko Anna-Nanashop sesuai dengan yang diharapkan, tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju dan hanya ada 2 orang (2%) yang menjawab tidak setuju. Responden yang menjawab setuju sebanyak 65 orang (65%) merupakan jawaban terbanyak responden, untuk jawaban sangat setuju ada sebanyak 12 orang (12%) dan untuk jawaban kurang setuju ada 21 orang (21%). Jadi banyak responden yang setuju bahwa kualitas pakaian pada toko Anna-Nanashop sesuai dengan yang diharapkan konsumen.

- 3) Pakaian pada toko Anna-Nanashop mempunyai daya tahan produk yang awet

Tabel 4.19 Jawaban responden tentang pakaian pada toko Anna-Nanashop mempunyai daya tahan produk yang awet

No.	Alternatif	F	Pertentase (%)
1	Sangat Setuju	15	15%
2	Setuju	62	62%
3	Kurang Setuju	19	19%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.19 diatas, dapat dilihat bahwa alternatif jawaban dari pernyataan tentang pakaian pada toko Anna-Nanashop mempunyai daya tahan produk yang awet sebanyak 62 orang (62%) yang menyatakan setuju, sebanyak 15 orang (15%) yang menyatakan sangat setuju, untuk responden yang menyatakan kurang setuju ada 19 orang (19%) dan 2 orang (2%) yang menyatakan tidak setuju sedangkan responden yang menyatakan sangat tidak setuju ada 2 orang (2%). Jadi Sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa pakaian pada toko Anna-Nanashop mempunyai daya tahan produk yang awet digunakan.

- 4) Pakaian pada toko Anna-Nanashop tidak mudah rusak atau robek

Tabel 4.20 Jawaban responden tentang pakaian pada toko Anna-Nanashop yang tidak mudah rusak atau robek

No.	Alternatif	F	Pertentase (%)
1	Sangat Setuju	17	17%
2	Setuju	61	61%

3	Kurang Setuju	20	20%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.20 diatas, dapat dilihat bahwa alternatif jawaban dari pernyataan tentang pakaian pada toko Anna-Nanashop yang tidak mudah rusak dan robek adalah sebanyak 61 orang (61%) yang menyatakan setuju, untuk responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 17 orang (17%), untuk responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 20 orang (20%) dan sisanya 2 orang (2%) menyatakan tidak setuju. Responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya kebanyakan dari responden yang ditemui penulis setuju bahwa pakaian pada toko Anna-Nanashop tidak mudah rusak dan robek.

- 5) Model produk pada toko Anna-Nanashop menarik serta memiliki daya tarik yang dapat mempengaruhi daya beli konsumen

Tabel 4.21 Jawaban responden tentang model produk pada toko Anna-Nanashop yang menarik serta memiliki daya tarik yang dapat mempengaruhi daya beli konsumen

No.	Alternatif	F	Pertentase (%)
1	Sangat Setuju	15	15%
2	Setuju	68	68%
3	Kurang Setuju	17	17%

4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.21 diatas, dapat dilihat bahwa alternatif jawaban responden tentang pernyataan model produk pada toko Anna-Nanashop menarik serta memiliki daya tarik yang dapat mempengaruhi daya beli konsumen. Responden yang menyatakan setuju 68 orang (68%), untuk responden yang menjawab sangat setuju 15 orang (15%), sedangkan responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 17 orang (17%) dan untuk responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju dengan model produk pada toko Anna-Nanashop menarik serta memiliki daya tarik yang dapat mempengaruhi daya beli konsumen ataupun pelanggan.

6) Produk pada toko Anna-Nanashop terjamin akan kualitasnya

Tabel 4.22 Jawaban responden tentang produk pada toko Anna-Nanashop terjamin akan kualitasnya

No.	Alternatif	F	Persentase
1	Sangat Setuju	17	17%
2	Setuju	56	56%
3	Kurang Setuju	23	23%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%

<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
--------------	------------	-------------

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.22 diatas, dapat dilihat bahwa responden terbanyak memilih setuju sebanyak 56 orang (56%), sebanyak 23 orang (23%) responden memilih kurang setuju, sebanyak 17 orang (17%) responden memilih sangat setuju, dan responden yang memilih tidak setuju yaitu 2 orang (2%) sedangkan untuk responden yang memilih sangat tidak setuju hanya 2 orang (2%). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju tentang produk pada toko Anna-Nanshop terjamin akan kualitasnya.

d. Variabel Keputusan Pembelian

- 1) Saya tertarik menggunakan produk pakaian pada toko Anna-Nanashop karena teman dan keluarga saya juga memakai produk pakaian di toko Anna-Nanashop

Tabel 4.23 Jawaban responden tentang ketertarikan dalam menggunakan produk pakaian pada toko Anna-Nanashop karena teman dan keluarga juga memakai produk pakaian ditoko Anna-Nanashop

<b>No.</b>	<b>Alternatif</b>	<b>F</b>	<b>Pertentase (%)</b>
1	Sangat Setuju	9	9%
2	Setuju	59	59%
3	Kurang Setuju	28	28%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	3	3%

<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
--------------	------------	-------------

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.23 diatas, dapat dilihat bahwa alternatif jawaban tentang ketertarikan dalam menggunakan produk pakaian pada toko Anna-Nanashop karena teman dan keluarga juga memakai produk pakaian pada toko Anna-Nanashop yaitu 59 orang (59%) menyatakan setuju, sebanyak 28 orang (28%) yang menyatakan kurang setuju, untuk responden yang menyatakan sangat setuju ada 9 orang (9%) dan 3 orang (3%) yang menyatakan sangat tidak setuju sedangkan responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang (1%). Jadi Sebagian besar responden setuju bahwa ketertarikan dalam menggunakan produk pakaian pada toko Anna-Nanashop karena teman dan keluarga juga memakai produk pakaian pada toko Anna-Nanashop.

- 2) Saya memilih produk pada toko Anna-Nanashop karena sangat bermanfaat dan sesuai dengan keperluan saya

Tabel 4.24 Jawaban responden tentang pemilihan produk pada toko Anna-Nanashop karena sangat bermanfaat dan sesuai dengan keperluan

<b>No.</b>	<b>Alternatif</b>	<b>F</b>	<b>Pertentase (%)</b>
1	Sangat Setuju	8	8%
2	Setuju	74	74%
3	Kurang Setuju	17	17%

4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.24 diatas, dapat dilihat bahwa alternatif jawaban dari pernyataan tentang pemilihan produk pada toko Anna-Nanashop karena sangat bermanfaat dan sesuai dengan keperluan sebanyak 74 orang (74%) yang menyatakan setuju, sebanyak 17 orang (17%) yang menyatakan kurang setuju, untuk responden yang menyatakan sangat setuju 8 orang (8%) dan hanya 1 orang (1%) yang menyatakan tidak setuju dan responden yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada. Jadi Sebagian besar responden setuju bahwa pemilihan produk pada toko Anna-Nanashop karena sangat bermanfaat dan sesuai dengan keperluan konsumen.

- 3) Saya mencari informasi produk pakaian pada Anna-Nanashop kepada teman ataupun media sosial yang dimiliki toko Anna-Nanashop

Tabel 4.25 Jawaban responden tentang mencari informasi produk pakaian pada Anna-Nanashop kepada teman ataupun media sosial yang dimiliki toko Anna-Nanashop

No.	Alternatif	F	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	21	21%
2	Setuju	53	53%
3	Kurang Setuju	24	24%

4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.25 diatas, dapat dilihat bahwa alternatif jawaban dari pernyataan mencari informasi produk pakaian pada toko Anna-Nanashop kepada teman atau media sosial yang dimiliki oleh toko Anna-Nanashop diketahui responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 21 orang (21%), responden yang menyatakan setuju sebanyak 53 orang (53%), responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 24 orang (24%) dan responden yang menyatakan tidak setuju hanya ada 2 orang (2%) dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, dapat diketahui bahwa konsumen atau pelanggan mencari informasi produk pakaian pada toko Anna-Nanashop kepada teman atau media sosial yang dimiliki oleh toko Anna-Nanashop.

- 4) Saya memilih pakaian pada toko Anna-Nanashop karena saya percaya produknya berkualitas

Tabel 4.26 Jawaban responden tentang pemilihan pakaian pada toko Anna-Nanashop karena percaya akan produknya yang berkualitas

No.	Alternatif	F	Pertentase (%)
1	Sangat Setuju	12	12%

2	Setuju	68	68%
3	Kurang Setuju	18	18%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.26 diatas, dapat dilihat bahwa alternatif jawaban tertinggi pernyataan tentang pemilihan pakaian pada toko Anna-Nanashop karena percaya akan produknya yang berkualitas adalah setuju sebanyak 68 orang (68%), responden yang menyatakan sangat setuju ada 12 orang (12%), untuk yang menyatakan kurang setuju ada 18 orang (18%), sedangkan hanya ada 2 orang (2%) yang menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Jadi Sebagian besar responden setuju bahwa pemilihan pakaian pada toko Anna-Nanashop karena percaya akan produknya yang berkualitas.

- 5) Saya akan terus menggunakan pakaian pada toko Anna-Nanashop hingga dimasa mendatang

Tabel 4.27 Jawaban responden tentang menggunakan produk pakaian pada toko Anna-Nanashop hingga dimasa akan mendatang

No.	Alternatif	F	Pertentase (%)
1	Sangat Setuju	8	8%
2	Setuju	50	50%
3	Kurang Setuju	38	38%

4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.27 diatas, dapat dilihat bahwa alternatif jawaban dari pernyataan tentang menggunakan produk pada toko Anna-Nanashop hingga dimasa akan mendatang sebanyak 8 orang (8%) yang menyatakan sangat setuju, sebanyak 50 orang (50%) yang menyatakan setuju, untuk responden yang menyatakan kurang setuju ada 38 orang (38%) dan 3 orang (3%) yang menyatakan tidak setuju dan responden yang menjawab sangat tidak setuju hanya ada 1 orang (1%). Jadi sebagian besar responden menjawab setuju bahwa pernyataan menggunakan produk pada toko Anna-Nanashop hingga dimasa akan mendatang.

- 6) Dalam membeli pakaian pada toko Anna-Nanashop saya selalu berhati-hati dalam memilih produk

Tabel 4.28 Jawaban responden tentang membeli pakaian pada toko Anna-Nanashop selalu berhati-hati dalam memilih produk

No.	Alternatif	F	Persentase
1	Sangat Setuju	15	15%
2	Setuju	61	61%
3	Kurang Setuju	21	21%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%

<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
--------------	------------	-------------

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.28 diatas, dapat dilihat bahwa hanya terdapat 1 orang (1%) responden yang memilih sangat tidak setuju, ada 2 orang (2%) responden yang memilih tidak setuju, ada 15 orang (15%) responden yang menjawab sangat setuju, sebanyak 21 orang (21%) responden yang memilih kurang setuju sedangkan jawaban terbanyak responden memilih setuju sebanyak 61 orang (61%). Jadi sebagian besar responden setuju bahwa dalam membeli pakaian pada toko Anna-Nanashop selalu berhati-hato dalam memilih produk.

## **B. Hasil Uji Instrumen Penelitian**

### **1. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan pernyataan kuesioner yang telah dibuat apakah dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu instrument atau sebuah angket dinyatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sebaliknya apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka suatu instrument atau angket dinyatakan tidak valid. Hasil dari  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  dimana  $df = n-2$  dengan nilai signifikansi 5%.

Dalam penelitian ini jumlah responden sebanyak 100 orang maka nilai  $r_{tabel}$  dapat diperoleh melalui *r product moment person* dengan  $df$  (*degree of freedom*) =  $n-2$ , jadi  $df = 100-2 = 98$ , maka  $r_{tabel} = 0.1966$ . berikut ini hasil dari uji validitas dengan menggunakan SPSS 25 for windows.

Tabel 4.29 Hasil Uji Validitas

<b>Variabel</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
Harga (X1)	1	0.493	0.1966	Valid
	2	0.618	0.1966	Valid
	3	0.619	0.1966	Valid
	4	0.558	0.1966	Valid
	5	0.690	0.1966	Valid
	6	0.601	0.1966	Valid
Promosi (X2)	7	0.540	0.1966	Valid
	8	0.596	0.1966	Valid
	9	0.578	0.1966	Valid
	10	0.661	0.1966	Valid
	11	0.650	0.1966	Valid
	12	0.619	0.1966	Valid
Kualitas Produk (X3)	13	0.473	0.1966	Valid
	14	0.691	0.1966	Valid
	15	0.641	0.1966	Valid
	16	0.612	0.1966	Valid
	17	0.657	0.1966	Valid
	18	0.643	0.1966	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	19	0.604	0.1966	Valid
	20	0.637	0.1966	Valid
	21	0.696	0.1966	Valid
	22	0.729	0.1966	Valid
	23	0.563	0.1966	Valid
	24	0.496	0.1966	Valid

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Dari tabel 4.29 diatas, hasil uji validitas intrumen data dapat dilihat bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka dapat diambil kesimpulan bahwa semua pernyataan dalam penelitian ini yang telah dilakukan dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan menunjukkan konsistensi dalam mengukur gejala yang sama. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode Alpha Cronbach's, jika  $\text{Alpa} > 0,60$  maka reliabel. Berikut ini hasil dari uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS 25 *for windows*.

Tabel 4.30 Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
0.932	24

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Dari tabel 4.30 diatas, hasil uji reliabilitas instrumen data penelitian terlihat nilai Cronbach's Alpha adalah sebesar 0.932 dimana hasil tersebut lebih besar dari 0,60, artinya jika nilai  $\text{Alpha} > 0,60$  maka pernyataan-pernyataan dari setiap variabel penelitian ini dinyatakan reliabel.

## C. Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah jika tingkat signifikansi (Asymo.sig)  $> 0,05$  maka data residual berdistribusi normal dan sebaliknya jika tingkat signifikansi (Asymp.sig)  $< 0,05$  maka data residual tidak berdistribusi normal. Normalitas pada data dalam penelitian ini dengan menggunakan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov pada *software SPSS 25 for windows*.

Tabel 4.31 Hasil Uji Normalitas Kolmoglov-Smirnov

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.30231494
Most Extreme Differences	Absolute	.109
	Positive	.054
	Negative	-.109
Test Statistic		.109
Asymp. Sig. (2-tailed)		.201 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal

b. Calculated from data

c. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.31 diatas, menunjukkan hasil uji normalitas dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, menunjukkan bahwa tingkat signifikansi (Asymp.sig) yaitu sebesar  $0.201 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa model regresi atau data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji model regresi apakah terdapat adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Uji multikolinieritas akan terjadi apabila jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas. Sedangkan jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 maka terjadi multikolinieritas dan apabila jika nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Sedangkan jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10 maka terjadi multikolinieritas

Berikut tabel hasil uji multikolinieritas dengan menggunakan program SPSS 25 *for windows*:

Tabel 4.32 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Tolerance	VIF
Harga (X1)	.512	1.954
Promosi (X2)	.313	3.196
Kualitas Produk (X3)	.285	3.504

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dalam tabel 4.32 Diatas, diperoleh nilai *tolerance* sebesar 0,512 untuk harga, 0,313 untuk promosi dan 0,285 untuk kualitas produk yang berarti nilainya lebih besar dari 0,10. Dan dapat dilihat dari nilai VIF diperoleh sebesar 1,954 untuk harga, 3,196 untuk promosi dan 3,504 untuk kualitas produk yang berarti nilainya lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas terjadi karena adanya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model yang dapat dilihat dengan uji glejser.

Dalam menentukan uji glejser yaitu terjadi heteroskedastisitas jika nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan jika nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berikut ini hasil dari uji heteroskedastisitas dengan metode uji glejser menggunakan program SPSS 25 *for windows*:

Tabel 4.33 Hasil Uji heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Model	T	Sig.
Constant	.767	.445
Harga	.619	.537
Promosi	-.108	.914
Kualitas Produk	-.124	.901

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.33 diatas, menjelaskan bahwa nilai Sig. Harga ( $X_1$ ) = 0.537  $\geq$  Sig  $\alpha$  = 0,05 maka disimpulkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas, nilai Sig. Promosi ( $X_2$ ) = 0.914  $\geq$  Sig  $\alpha$  = 0,05 maka disimpulkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas, nilai Sig. Kualitas Produk ( $X_3$ ) = 0.901  $\geq$  Sig  $\alpha$  = 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

## D. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independent. Model persamaan regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut:

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

Berdasarkan data yang sudah diperoleh maka dapat dilakukan dengan perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan *software* SPSS 25 for windows. Berikut ini hasil perhitungan uji regresi linier berganda pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.34 Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
<sup>1</sup> (Constant)	2.524	1.589		1.589	.115
Harga (X1)	.233	.085	.234	2.746	.007
Promosi (X2)	.121	.105	.126	1.152	.252
Kualitas Produk (X3)	.518	.116	.513	4.485	.000

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

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

$$Y = 2,524 + 0,233X_1 + 0,121X_2 + 0,518X_3 + e$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

**a. Konstanta**

Nilai konstanta adalah hal ini berarti jika harga ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ) dan kualitas produk ( $X_3$ ) bernilai 0 maka keputusan pembelian bernilai positif yaitu 2,524.

**b. Harga ( $X_1$ )**

Nilai dari koefisien regresi variabel harga bernilai positif yaitu 0,233 atau 23,3% hal ini dapat diartikan bahwa setiap faktor harga mengalami kenaikan satu persen maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,233 atau 23,3% dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Sebaliknya jika faktor harga turun satu persen maka keputusan pembelian akan turun 0,233 atau 23,3%

**c. Promosi ( $X_2$ )**

Nilai koefisien regresi variabel promosi bernilai positif yaitu 0,121 atau 12,1% hal ini dapat diartikan bahwa setiap faktor promosi mengalami kenaikan satu persen maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,121 atau 12,1% dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Sebaliknya jika faktor promosi turun satu persen maka keputusan pembelian akan turun 0,121 atau 12,1%.

**d. Kualitas Produk ( $X_3$ )**

Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk bernilai positif yaitu 0,518 atau 51,8% hal ini dapat diartikan bahwa setiap faktor kualitas

produk mengalami kenaikan satu persen maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,518 atau 51,8% dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Sebaliknya jika faktor promosi turun satu persen maka keputusan pembelian akan turun 0,518 atau 51,8%.

## 2. Uji Hipotesis

Berdasarkan data yang diperoleh maka dapat dilakukan perhitungan uji hipotesis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 25 *for windows*. Berikut ini hasil perhitungannya:

### a. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk membuktikan apakah variabel harga, promosi dan kualitas produk berpengaruh secara simultan variabel terikat terhadap keputusan pembelian pada toko Anna-Nanashop di Banjarbaru. Dasar pengambilan keputusan yaitu jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai probabilitas  $< 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel independent (X) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y). sebaliknya, jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau nilai probabilitas  $> 0.05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya variabel independent (X) tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y).

Jadi  $F_{tabel} = F(k; n-k) = F(3; 100-3) = F(3; 97)$ , maka diperoleh nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2.70. Adapun hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan program SPSS 25 *for windows*.

Tabel 4.35 Hasil Uji Hipotesis Simultan (F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
<sup>1</sup> Regression	548.008	3	182.669	57.349	.000 <sup>b</sup>
Residual	305.782	96	3.185		
Total	853.790	99			

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.35 hasil uji hipotesis simultan (F) diatas, nilai  $F_{hitung}$  sebesar 57.349 dimana nilai ini lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2.70 dan nilai signifikansi untuk pengaruh harga ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ) dan kualitas produk ( $X_3$ ) secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  terhadap Y.

#### b. Uji T (Uji Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi pada masing-masing variabel indeviden secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji T dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $T_{hitung}$  dengan  $T_{tabel}$  dengan signifikansi 0,05.

Dasar pengambilan keputusan yaitu jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel independent (X) berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Y). sebaliknya, jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau nilai probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya variabel dependen (X) tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Y).

Jadi  $t_{\text{tabel}} = t(0,05/2; 100-3-1) = t(0,025; 96)$ , maka diperoleh nilai  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1.98498. Adapun hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan SPSS 25 *for windows* sebagai berikut:

Tabel 4.36 Hasil Uji Hipotesis Parsial (T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
<sup>1</sup> (Constant)	2.524	1.589		1.589	.115
Harga (X1)	.233	.085	.234	2.746	.007
Promosi (X2)	.121	.105	.126	1.152	.252
Kualitas Produk (X3)	.518	.116	.513	4.485	.000

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.36 diatas, dapat dilihat dalam penelitian ini menunjukkan nilai  $t_{\text{hitung}}$  harga sebesar 2.746 dengan nilai signifikansi 0,007, nilai  $t_{\text{hitung}}$  promosi sebesar 1.152 dengan nilai signifikansi 0,252 dan nilai  $t_{\text{hitung}}$  kualitas produk sebesar 4.485 dengan nilai signifikansi 0,000.

Nilai  $t_{\text{hitung}}$  harga (2.746) >  $t_{\text{tabel}}$  (1.98498) dengan nilai signifikansi  $0.007 < 0.05$ . maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya dapat diambil kesimpulan bahwa harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada toko Anna-Nanashop di Banjarbaru.

Nilai  $t_{\text{hitung}}$  promosi (1.152) <  $t_{\text{tabel}}$  (1.98498) dengan nilai signifikansi  $0.252 > 0.05$ . maka  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima, artinya

dapat diambil kesimpulan bahwa promosi tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada toko Anna-Nanashop di Banjarbaru.

Nilai  $t_{hitung}$  kualitas produk (4.485) >  $t_{tabel}$  (1.98498) dengan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ . maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada toko Anna-Nanashop di Banjarbaru.

**c. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh dari harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS 25 *for windows* melalui tabel model summary adalah sebagai berikut:

Tabel 4.37 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	.801 <sup>a</sup>	.642	.631	1.785

Sumber: Data diolah, Misfa, 2022.

Berdasarkan tabel 4.37 diatas, dapat dilihat koefisien determinasi R Square yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar 0,642 yang menunjukkan bahwa variabel harga, promosi, dan kualitas produk mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 64,2%

sedangkan sisanya 35,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

## **E. Pembahasan Hasil Analisis**

### **1. Pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian pada toko Anna-Nanashop**

Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis bagaimana pengaruh variabel harga, promosi dan kualitas produk yang mempengaruhi secara simultan terhadap keputusan pembelian pakaian pada toko Anna-Nanashop di Banjarbaru. Berdasarkan dari hasil pengujian didapatkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 57.349 dimana nilai ini lebih besar dari nilai dari nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2.70 ( $57.349 > 2.70$ ) dan nilai signifikansi F sebesar 0.0000 nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$  ( $0.0000 < 0,05$ ) maka hipotesis diterima sehingga menjelaskan bahwa variabel harga, promosi dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada toko Anna-Nanashop di Banjarbaru.

Keputusan pembelian menurut Winardi menyatakan bahwa keputusan pembelian konsumen merupakan titik suatu pembelian dari proses evaluasi. (Winardi, 2010, Hal. 202) Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong juga mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah tahapan dalam proses untuk memutuskan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian terhadap suatu produk. (Effendi, 2016, Hal. 247)

Rukun dalam jual beli adalah dengan adanya penjual, pembeli, uang dan barang atau benda yang diperjual belikan. Dalam pelaksanaan jual beli

produk telah sesuai dengan syariat Islam, yaitu penjual dan pembeli menggunakan akad baik secara lisan ataupun dalam transaksi yang dilakukan mereka. Islam mengajarkan dalam jual beli harus berdaya guna yang menghasilkan material, moral dan spiritual bagi konsumen. Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ . (١٦٨)

Artinya: “*Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat dibumi, dan janganlah kamu mengikuti Langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu*” (QS. Al-Baqarah:168).

Pada toko pakaian Anna-Nanashop di Banjarbaru informasi terkait masalah harga maupun produk dilakukan secara terbuka baik penjualan secara langsung ditoko maupun *online* melalui situs *online shop*. Informasi sangat jelas diberikan kepada konsumen melalui *price tag* untuk pembelian pakaian langsung ditoko dan informasi harga melalui media sosial yang dimiliki oleh toko Anna-Nanashop.

## **2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Anna-Nanashop Di Banjarbaru**

Berdasarkan hasil dari penghitungan uji T dapat diperoleh nilai  $T_{hitung}$  sebesar 2.746 dimana pada nilai tersebut lebih besar dari nilai  $T_{tabel}$  yaitu 1.98498 ( $2.746 > 1.98498$ ) dan untuk nilai signifikansi  $0.001 < \alpha = 0,05$  maka hipotesis diterima. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada toko Anna-Nanashop di Banjarbaru.

Sebagian besar responden memberikan jawaban setuju sebanyak 67 orang (67%) yang menyatakan bahwa harga pakaian pada toko Anna-Nanashop sesuai dengan harapan konsumen. Dalam melakukan suatu usaha dibidang *fashion* atau bidang yang lainnya harus menerapkan harga yang sesuai dengan produk yang dijual sehingga setiap konsumen dapat menerima harapan yang sesuai dengan harga yang dikeluarkannya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Lenggang Kurnia Intan Devi (2019), Afdahal Anan Arifin (2018) dan Siti Nurma Rosmitha (2017) bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga memiliki peran penting dalam penentuan keputusan pembelian bagi setiap konsumen, yang mana harga merupakan faktor yang utama konsumen dalam menjatuhkan keputusan pembeliannya.

### **3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Anna-Nanashop di Banjarbaru**

Berdasarkan dari hasil pengujian pada uji T maka diperoleh nilai  $T_{hitung}$  sebesar 1.152 dimana pada nilai tersebut lebih besar dari nilai  $T_{tabel}$  yaitu 1.98498 ( $1.152 < 1.98498$ ) dan nilai signifikan yang diperoleh yaitu  $0,252 > \alpha = 0,05$  maka dalam penelitian ini hipotesis ditolak. Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat dikatakan bahwa promosi tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada toko Anna-Nanashop di Banjarbaru. Karena berdasarkan pengamatan peneliti konsumen cenderung lebih memprioritaskan kualitas produk ketimbang promosi yang dilakukan secara *online*.

Berdasarkan hasil penelitian sebagian besar responden memberikan jawaban setuju sebanyak 62 orang (62%). Pada hasil penelitian bahwa dari masing-masing responden menyatakan bahwa promosi yang diadakan pada toko Anna-Nanashop disetiap *event* tertentu menarik bagi konsumen. Artinya kebanyakan dari responden tertarik setiap ada *event* yang diadakan oleh Anna-Nanashop melalui *event* pameran-pameran yang dilaksanakan pada suatu tempat. Karena untuk menghindari terjadinya kecurangan, penipuan dan lain-lain. Sehingga para konsumen tertarik dan bisa membeli secara langsung dalam acara *event* tersebut.

#### **4. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Anna-Nanashop di Banjarbaru**

Berdasarkan hasil dari penghitungan uji T dapat diperoleh nilai  $T_{hitung}$  sebesar 4.485 dimana pada nilai tersebut lebih besar dari nilai  $T_{tabel}$  yaitu 1.98498 ( $4.485 > 1.98498$ ) dan untuk nilai signifikansi  $0.000 < \alpha = 0,05$  maka hipotesis diterima. Artinya dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian pada toko Anna-Nanashop di Banjarbaru.

Sebagian besar responden memberikan jawaban setuju, sebanyak 68 orang (68%), dimana hasil terbanyak terdapat pada pernyataan bahwa model produk pada toko Anna-Nanashop yang menarik serta memiliki daya tarik yang dapat mempengaruhi daya beli konsumen. Dalam menjalankan usaha kualitas produk suatu pakaian sangat berpengaruh terhadap minat

beli pelanggan untuk menentukan keputusan pembelian dan menentukan tinggi rendahnya pendapatan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Lenggang Kurnia Intan Devi (2019) dan Siti Nurma Rosmitha (2017) bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang mana kualitas produk merupakan faktor-faktor minat konsumen yang sangat penting dalam menentukan keputusan pembelian suatu produk.