BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Setelah menjabarkan hal-hal yang melatarbelakangi penelitian, teori-teori yang telah mengukuhkan penelitian maupun metode penelitian yang digunakan, maka pada bab ini akan dijelaskan hasil dari penelitian. Hasil penelitian akan dijabarkan berdasarkan hasil kuesioner.

4.1.1. Sejarah Singkat Warnet Premiere Karawang (CV. FERLY)

Sejarah Pendirian Perusahaan

Berawal dari Kecintaan terhadap komputer dan internet salah seorang anak pemilik warnet ini, dan kebetulan lulusan salah satu universitas swasta di Bandung, yang ingin memulai belajar berbisnis, dan di modali orang tua yaitu pemilik Perusahaan ini CV. Ferly. Walaupun berasal dari Jurusan Akuntansi tetapi berusaha menyempurkan ilmu dan pendalaman mengenai komputer, baik dari segi hardware (perangkat keras) maupun software (perangkat lunak).

Sejalan dengan itu maka pada bulan Agustus 2008 anak dan orang tua ini bersepakat untuk mendirikan sebuah Warnet yaitu Warnet Premiere yang berlokasi di Karawang. Tidak mau berpuas diri, selanjutnya memang sudah terbentuk sebuah badan hukum yang memayungi kebutuhan akan legalitas hukum sejak tahun 2005 sehingga selanjutnya disepakatilah suatu badan komanditer yang bernama CV. FERLY, Sebagai badan hukum yag memayungi warnet premiere karawang. Berikut ini sekilas tentang data-data perusahaan.

1. Nama Perusahaan : CV. FERLY
2. Nomor Pokok wajib pajak : 02.467.759.3-201.000
3. Klasifikasi Lapangan Usaha : 51100-Perdagangan besar berdasarkan balas jasa (free) atau kontrak.
4. Nomor SK SITU : 503/395/SITU/EK-VIII/2008
5. Nomor SIUP : 905/03-07/SIUP/PK/VIII/2008
6. Nomor TDP : 030735106647

Warnet: Premiere

Premiere@net

Profile Perusahaan

Nama Usaha :	Premiere@net
Pemilik :	Zayadi
Alamat :	Jln. Raya Perum Purwasari Permai Blok A No. 02
Kota :	Karawang
Provinsi :	Jawa Barat
Telepon :	(0264) 313725
Faksimile :	-
Website :	-

Data Perusahaan

Tercantum dalam CV Perusahaan

Fasilitas

AC :	√	Soft Drink :	√	Snack :	X
Parkir :	√	Toilet :	√	Mushola :	X

Printer : √	Scanner : √	Webcam : √
Headset : √	Musik : √	Billing Software : √
CCTV : X		

Prasarana Sekitar

Pasar : X	Mall : X	Rumah Makan : √
Perumahan : √	Perkantoran : √	
Sekolah : √	Perguruan Tinggi : X	

Usaha Tambahan

Titipan Pos : X	Cafe/Kantin : X	Multimedia : X
Desain Grafis : X	Rental Komputer : √	Game Center : √
Foto Copy : √	Travel : X	

4.1.2. Visi dan Misi Warnet Premiere Karawang

Visi dan Misi dari Warnet Premiere adalah untuk memasyarakatkan Teknologi Komputer terutama dalam bidang Internet, agar terbentuk suatu masyarakat Indonesia yang cerdas, aktif dan kreatif. Sejak awal berdirinya Warnet Premiere bertekad untuk menerapkan sistem manajemen perusahaan yang profesional dan terkoordinir serta dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi setiap pelanggan.

4.1.3. Struktur Organisasi

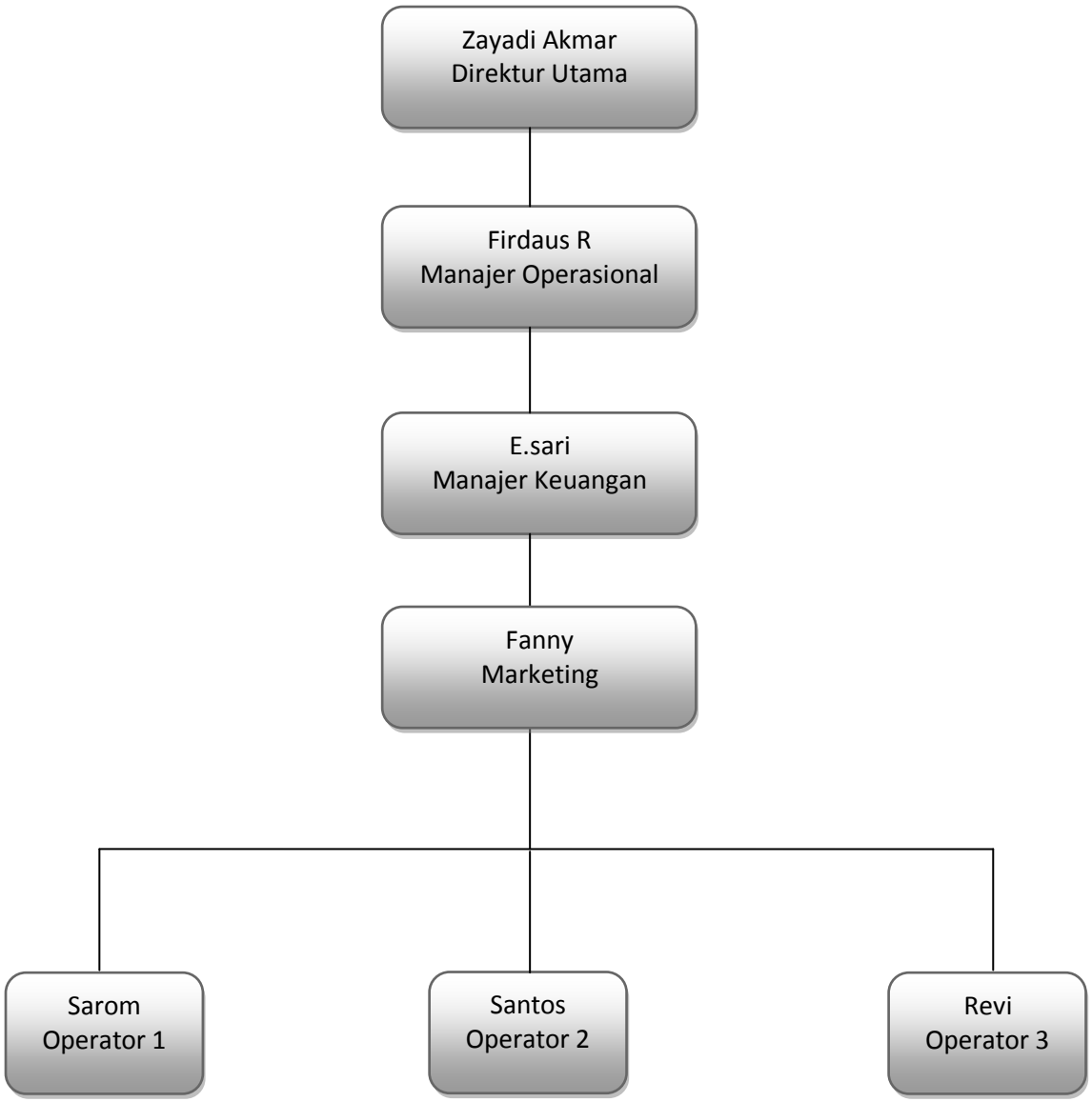
Struktur Organisasi Warnet Premiere Karawang (CV.FERLY)

Susunan organisasi sangat diperlukan untuk pengelolaan suatu perusahaan dan lembaga agar bisa berjalan dengan baik sesuai dengan tujuan dan fungsinya.

Di bawah ini merupakan struktur organisasi Warnet Premiere Karawang (CV.FERLY) sebagai berikut:

I. Direktur Utama
II. Direktur Operasional
III. Manajer Keuangan
IV. Manajer Pemasaran
V. Operator

Struktur Organisasi Warnet Premiere Karawang (CV.FERLY)



Gambar 4.1
Struktur Organisasi Warnet Premiere Karawang (CV.FERLY)

4.1.4. Deskripsi Tugas

Untuk menunjang program kegiatan maka Warnet Premiere Karawang (CV. FERLY) melaksanakan kegiatannya dimana akan diuraikan tugas dari masing-masing bagian adalah sebagai berikut:

I. Direktur Utama

1. Memimpin seluruh dewan atau komite eksekutif
2. Memainkan bagian terkemuka dalam menentukan komposisi dari board dan sub-komite, sehingga tercapainya keselarasan dan efektivitas
3. Bertindak sebagai perwakilan organisasi dalam hubungannya dengan dunia luar

II. Direktur Operasional

1. Mengatur setiap pekerjaan yang apa dan harus dilakukan
2. Melakukan fungsi Planning, organizing, actuating, dan controlling tehnik secara umum dan tehnical asssistance secara khusus. secara sistemik.
3. Bertanggung jawab langsung pada masalah teknik

III. Manajer Keuangan

1. Membuat rencana pemasukan dan pengeluaraan serta kegiatan-kegiatan lainnya untuk periode tertentu.
2. Mengumpulkan dana perusahaan serta menyimpan dana tersebut dengan aman.
3. Melakukan audit internal atas keuangan perusahaan yang ada agar tidak terjadi penyimpangan.

IV. Manajer Pemasaran

1. Manajer pemasaran bertanggung-jawab terhadap manajemen bagian pemasaran
2. Manajer pemasaran bertanggung-jawab terhadap perolehan hasil penjualan dan penggunaan dana promosi
3. Manajer pemasaran sebagai koordinator manajer produk dan manajer penjualan.
4. Manajer pemasaran membina bagian pemasaran dan membimbing seluruh karyawan dibagian pemasaran.
5. Manajer pemasaran membuat laporan pemasaran kepada direksi

4.1.5. Karakteristik Responden

Data responden yang seharusnya dikumpulkan oleh penulis dari penelitian ini adalah sebanyak 73 responden. Data mengenai karakteristik responden sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Pria	47	64,4
2	Wanita	26	35,6
Total		**73**	**100**

(Sumber: Data primer yang telah diolah)

Berdasakan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa konsumen Warnet Premiere Karawang yang dipilih sebagai responden tidak terbatas dalam jenis kelamin tertentu. Data yang diperoleh melalui kuesioner yang diisi oleh responden menunjukan bahwa responden yang jenis kelamin pria sebanyak 47 orang atau 64,4%. Dan sisanya adalah responden berjenis kelamin wanita sebanyak 26 orang atau 35,6%, jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah pria. Hal ini dikarenakan mayoritas sebagian konsumen Warnet Premiere Karawang yang sering memakai atau membeli jasa internet adalah kebanyakan pria.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2
Profil Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	< 13 tahun	5	6,8
2	14 - 20 tahun	44	60,3
3	20 - 29 tahun	24	32,9
4	30 - 39 tahun	0	0,0
5	> 50 tahun	0	0,0
Total		**73**	**100**

(Sumber: Data primer yang telah diolah)

Berdasakan tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa responden berusia 14 - 20 tahun sebanyak 44 orang atau 60,3%, 20-29 tahun sebanyak 24 orang atau 32,9%, 30-39 tahun 0, >50 tahun 0, Dan yang paling sedikit berusia kurang dari 13 tahun

sebanyak 5 orang atau 6,8%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berusia 14-20 tahun. Hal ini dikarenakan konsumen yang sering memakai jasa internet pada Warnet Premiere Karawang kebanyakan anak remaja mulai dari 14-20 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Warnet Premiere Karawang

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan sumber informasi mengenai Warnet Premiere Karawang dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3
Sumber Informasi Mengenai Warnet Premiere

No	Sumber Informasi Warnet Premiere	Frekuensi	Persentase
1	Keluarga	0	0,0
2	Teman / Relasi	43	58,9
3	Penjual	0	0,0
4	Iklan	30	41,1
5	Lainnya	0	0,0
Total		**73**	**100**

(Sumber: Data primer yang telah diolah)

Berdasakan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden mengetahui warnet Premiere dari Teman / Relasi sebanyak 43 orang atau 58,9%. Dan yang paling sedikit mengetahui warnet Premiere dari Iklan sebanyak 30 orang atau 41,1%

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4
Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	PNS	0	0,0
2	Pegawai Swasta	18	24,7
3	Pelajar / Mahasiswa	55	75,3
4	Lainnya	0	0,0
Total		**73**	**100**

Berdasakan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden memiliki pekerjaan sebagai Pelajar / Mahasiswa sebanyak 55 orang atau 75,3%, responden yang memiliki pekerjaan sebagai PNS 0, dan responden yang memiliki pekerjaan sebagai Pegawai Swasta sebanyak 18 orang atau 24,7%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah pelajar / mahasiswa sebanyak 55 orang atau 75,3%.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan pendapatan

Tabel 4.5
Pendapatan Dalam Sebulan

No	Pendapatan Perbulan	Frekuensi	Persentase
1	< Rp. 200.000	15	20,5
2	Rp. 200.000 – 1.200.000	40	54,8
3	Rp. 1.200.000 – 1.300.000	10	13,7
4	Rp. 1.300.000 – 1.600.000	8	11,0
5	> Rp. 1.600.000	0	0,0
Total		**73**	**100**

Berdasakan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang memiliki pendapatan dalam sebulan berada pada kisaran < Rp.200.000 sebanyak 15 orang

atau 20,5%, Rp. 200.000 – 1.200.000, sebanyak 40 orang atau 54,8%, Rp.1.200.000 – Rp. 1.300.000, sebanyak 10 orang atau 13,7%, Rp. 1.300.000 – 1.600.000 sebanyak 8 orang atau 11,0%, Dan yang paling sedikit memiliki pendapatan dalam sebulan berada pada kisaran > Rp. 1.600.000, sebanyak 0 atau o,o%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memilik pendapatan dalam sebulan adalah Rp.200.000 – Rp.1.200.000 perbulan.

4.2. Hasil Pembahasan

Pada bab ini akan dikemukakan hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh dari penyebaran angket pada responden sebagai sumber data utama dalam penelitian ini, selain upaya perolehan data melalui studi pustaka untuk melengkapi data utama. Angket terdiri dari 25 pertanyaan dengan perincian 15 pertanyaan mengenai *Store Atmosphere* dan 10 pertanyaan tentang Keputusan Pembelian Konsumen.

Jumlah responden dalam penelitian ini 73 orang, yang menjadi subyek penelitian adalah konsumen Warnet Premiere Karawang. Teknik analisis yang digunakan pada pengolahan data berupa analisis kualitatif untuk menginterpretasikan hasil tanggapan responden melalui kuesioner. Untuk menguji pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen digunakan analisis regresi linier sederhana.

Pembahasan merupakan perhitungan serta analisis dari data-data yang diperoleh dari perusahaan. Data-data yang terkumpul merupakan data primer

karena diperoleh langsung dari tangan pertama melalui instrumen penelitian atau kuesioner.

4.2.1. Hasil Analisis *Store Atmosphere* Pada Warnet Premiere Karawang

Sebanyak 15 butir pernyataan mengenai sistem *Store Atmosphere* diajukan kepada responden untuk menilai pengaruh *store atmosphere* pada warnet premiere karawang . Kuesioner terdiri dari 4 indikator, yaitu *exterior* (bagian luar toko), *genereal interior* (bagian luar toko), *store lay out* (tata letak) serta *interior point of purchase display*.

1. Tanggapan Responden Mengenai *Exterior* (Bagian Luar Toko)

Tabel 4.6
Tingkat kejelasan papan nama yang dibuat Warnet Premiere jelas

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	32	43,8
Setuju	21	28,8
Kurang Setuju	10	13,7
Tidak Setuju	8	11,0
Sangat Tidak Setuju	2	2,7
Total	**73**	**100**

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 32 orang atau 43,8%, setuju sebanyak 21 orang atau 28,8%, kurang setuju sebanyak 10 orang atau 13,7%, tidak setuju sebanyak 8 orang atau 11,0, Dan yang paling sedikit menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2,7%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas

responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam tingkat kejelasan papan nama atau spanduk toko harus jelas dan mudah dipahami oleh konsumen.

Tabel 4.7
Papan nama Warnet Premiere membuat anda tertarik

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	21	28,8
Setuju	26	35,6
Kurang Setuju	15	20,5
Tidak Setuju	5	6,8
Sangat Tidak Setuju	6	8,2
Total	**73**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 21 orang atau 28,8%, setuju sebanyak 26 orang atau 35,6%, kurang setuju sebanyak 15 orang atau 20,5%, sangat tidak setuju 6 orang atau 8,2%, Dan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju sebanyak 5 orang atau 6,8%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa papan nama atau spanduk yang dimiliki warnet premiere membuat mereka tertarik.

Tabel 4.8
Tingkat kenyamanan yang dimilik Warnet Premiere cukup baik

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	11	15,1
Setuju	35	47,9
Kurang Setuju	12	16,4
Tidak Setuju	10	13,7
Sangat Tidak Setuju	5	6,8
Total	**73**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 11 orang atau 15,1%, setuju sebanyak 35 orang atau 47,9%, kurang setuju sebanyak 12 orang atau 16,4%, tidak setuju sebanyak 10 orang atau 13,7%, Dan yang paling sedikit menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang atau 6,8%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa dalam tingkat kenyamanan yang dimiliki warnet premiere cukup baik.

Tabel 4.9
Kenyamanan penting dalam suasana toko

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	23	31,5
Setuju	25	34,2
Kurang Setuju	17	23,3
Tidak Setuju	4	5,5
Sangat Tidak Setuju	4	5,5
Total	**73**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 23 orang atau 31,5%, setuju sebanyak 25 orang atau 34,2%, kurang setuju sebanyak 17 orang atau 23,3%, Dan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang atau 5,5%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa dalam kenyamanan penting dalam suasana toko.

Tabel 4.10
Bangunan toko yang dimiliki Warnet Premiere Menarik perhatian anda

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	24	32,9
Setuju	26	35,6
Kurang Setuju	14	19,2
Tidak Setuju	5	6,8
Sangat Tidak Setuju	4	5,5
Total	**73**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 24 orang atau 32,9%, setuju sebanyak 26 orang atau 35,6%, kurang setuju sebanyak 14 orang atau 19,2%, tidak setuju 5 orang atau 6,8%, Dan yang paling sedikit menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang atau 5,5%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa Bangunan toko yang dimiliki Warnet Premiere Menarik perhatian mereka.

Tabel 4.11
Bangunan toko warnet premiere sesuai harapan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	20	27,4
Setuju	31	42,5
Kurang Setuju	11	15,1
Tidak Setuju	5	6,8
Sangat Tidak Setuju	6	8,2
Total	**73**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang atau 27,4%, setuju sebanyak 31 orang atau 42,5%, sangat tidak setuju 6 orang 8,2%, Dan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju dan sebanyak 5 orang atau 6,8%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa Bangunan toko yang dimiliki Warnet Premiere sesuai harapan mereka.

Tabel 4.12
Tempat parkir yang dimiliki Warnet Premiere cukup luas

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	31	42,5
Setuju	24	32,9
Kurang Setuju	9	12,3
Tidak Setuju	6	8,2
Sangat Tidak Setuju	3	4,1
Total	**73**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 31 orang atau 42,5%, setuju sebanyak 24 orang atau 32,9%, kurang setuju sebanyak 9 orang atau 12,3%, tidak setuju sebanyak 6 orang atau 8,2%, Dan yang paling sedikit menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang atau 4,1%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa tempat parkir yang dimiliki warnet premiere luas.

Tabel 4.13
Tempat parkir warnet premiere aman

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	30	41,1
Setuju	22	30,1
Kurang Setuju	10	13,7
Tidak Setuju	8	11,0
Sangat Tidak Setuju	3	4,1
Total	**73**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 30 orang atau 41,1%, setuju sebanyak 22 orang atau 30,1%, kurang setuju sebanyak 10 orang atau 13,7%, tidak setuju sebanyak 8 orang atau 11,0%, Dan yang paling sedikit menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang atau 4,1%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa tempat parkir yang dimiliki warnet premiere aman.

2. Tanggapan Responden Mengenai *General Interior* (Bagian Dalam Toko)

Tabel 4.14
Tingkat pencahayaan interior ruangan pada Warnet Premiere cukup baik

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	18	24,7
Setuju	28	38,4
Kurang Setuju	16	21,9
Tidak Setuju	6	8,2
Sangat Tidak Setuju	5	6,8
Total	**73**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 18 orang atau 24,7%, setuju sebanyak 28 orang atau 38,4%, kurang setuju sebanyak 16 orang atau 21,9%, tidak setuju sebanyak 6 orang atau 8,2%, Dan yang paling sedikit menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang atau 6,8%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa Tingkat pencahayaan interior ruangan pada Warnet Premiere cukup baik.

Tabel 4.15
Tingkat pencahayaan diluar ruangan pada Warnet Premiere cukup baik

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	14	19,2
Setuju	26	35,6
Kurang Setuju	13	17,8
Tidak Setuju	17	23,3
Sangat Tidak Setuju	3	4,1
Total	**73**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 orang atau 19,2 %, setuju sebanyak 26 orang atau 35,6%, kurang setuju sebanyak 13 orang atau sekitar 17,8 %, tidak setuju sebanyak 17 orang atau 23,3 %, Dan yang paling sedikit menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang atau 4,1%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dan tidak setuju bahwa Tingkat pencahayaan diluar ruangan pada Warnet Premiere cukup baik.

Tabel 4.16
Tingkat kesejukan Ruangan toko pada Warnet Premiere sudah cukup baik

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	29	39,7
Setuju	19	26,0
Kurang Setuju	11	15,1
Tidak Setuju	11	15,1
Sangat Tidak Setuju	3	4,1
Total	**73**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 29 orang atau 39,7%, setuju sebanyak 19 orang atau 26,0 %, kurang setuju sebanyak 11 orang atau 15,1 %, tidak setuju sebanyak 11 orang atau 15,1 %, Dan yang paling sedikit menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang atau 4,1%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa Tingkat kesejukan Ruangan toko pada Warnet Premiere sudah cukup baik.

Tabel 4.17
Tingkat kesejukan membuat anda merasa nyaman

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	25	34,2
Setuju	24	32,9
Kurang Setuju	9	12,3
Tidak Setuju	10	13,7
Sangat Tidak Setuju	5	6,8
Total	**73**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 25 orang atau 34,2%, setuju sebanyak 24 orang atau 32,9 %, kurang setuju sebanyak 9 orang atau 12,3 %, tidak setuju sebanyak 10 orang atau 13,7 %, Dan yang paling sedikit menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang atau 6,8%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa Tingkat kesejukan membuat anda merasa nyaman.

Tabel 4.18
Kebersihan ruangan pada Warnet Premiere cukup baik

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	5	6,8
Setuju	22	30,1
Kurang Setuju	23	31,5
Tidak Setuju	15	20,5
Sangat Tidak Setuju	8	11,0
Total	**73**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 5 orang atau 6,8%, setuju sebanyak 22 orang atau30,1 %, kurang setuju sebanyak 23 orang atau 31,5%, tidak setuju sebanyak 15 orang atau 20,5 %, Dan yang paling sedikit menyatakan sangat setuju sebanyak 5 orang atau 6,8%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dan kurang setuju bahwa Kebersihan ruangan pada Warnet Premiere cukup baik.

3. Tanggapan Responden Mengenai *Store Lay Out* (Tata Letak)

Tabel 4.19
Gang yang ada pada Warnet Premiere lebar

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	13	17,8
Setuju	11	15,1
Kurang Setuju	30	41,1
Tidak Setuju	18	24,7
Sangat Tidak Setuju	1	1,4
Total	**73**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 13 orang atau 17,8 %, setuju sebanyak 11 orang atau 15,1 %, kurang setuju sebanyak 30 orang atau 41,1%, tidak setuju sebanyak 18 orang atau 24,7%, Dan yang paling sedikit menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,4%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan kurang setuju dan tidak setuju bahwa Gang yang ada pada Warnet Premiere lebar.

4. Tanggapan Responden Mengenai *Interior Point Of Purchase Displays*

Tabel 4.20
Poster-poster yang ada pada Warnet Premiere menarik perhatian anda

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	18	24,7
Setuju	18	24,7
Kurang Setuju	25	34,2
Tidak Setuju	10	13,7
Sangat Tidak Setuju	2	2,7
Total	**73**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 18 orang atau 24,7 %, setuju sebanyak 18 orang atau 24,7 %, kurang setuju sebanyak 25 orang atau 34,2%, tidak setuju sebanyak 10 orang atau 13,7%, Dan yang paling sedikit menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2,7%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan kurang setuju bahwa poster-poster yang ada pada Warnet Premiere menarik perhatian mereka.

4.2.2. Hasil *Scoring Store Atmosphere* Pada Warnet Premiere Karawang

Untuk mengetahui bagaimana Store Atmosphere, maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.21
Akumulasi jawaban Responden tentang Store Atmosphere

Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban dan Frekuensinya					Skor Total
	5	4	3	2	1	
1	32	21	10	8	2	80,00
2	21	26	15	5	6	73,97
3	11	35	12	10	5	70,14
4	23	25	17	4	4	76,16
5	24	26	14	5	4	76,71
6	20	31	11	5	6	74,79
7	31	24	9	6	3	80,27
8	30	22	10	8	3	78,63
9	18	28	16	6	5	73,15
10	14	26	13	17	3	68,49
11	29	19	11	11	3	76,44
12	25	24	9	10	5	74,79
13	5	22	23	15	8	60,27
14	13	11	30	18	1	64,66
15	18	18	25	10	2	70,96
Rata-rata Skor Total						**73,30**
Kriteria						**Baik**

Berdasarkan tabulasi data tentang *Store Atmosphere* diatas, diperoleh nilai tanggapan responden atas kuesioner *Store Atmosphere* (Kuesioner Variabel X) adalah sebesar 74,77%.

Untuk mengkatagorikan penilaian responden tentang Store Atmosphere, maka penulis membuat pengkatagorian dalam garis interval sebagai berikut:

Jarak interval untuk 15 pernyataan dengan 73 orang responden

Skor Minimum $= \frac{Skor\ Minimum}{Skor\ Maksimum} \times 100\%$

$= \frac{1}{5} \times 100\%$

$= 20\%$

Skor Maksimum $= \frac{Skor\ Maksimum}{Skor\ Maksimum} \times 100\%$

$= \frac{5}{5} \times 100\%$

$= 100\%$

Interval dalam persen = Nilai Indeks Maksimum – Nilai Indeks Minimum

= 100% – 20%

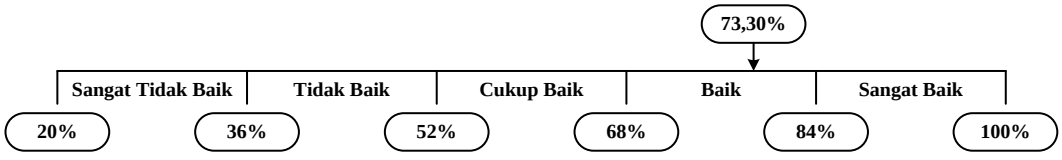
= 80%

Jarak Interval = Interval : Jenjang (5)

= 80% : 5

= 16%

Dengan jarak interval sebesar 16% pada masing-masing kategori, maka dapat digambarkan pembagian skor tanggapan responden tentang Store Atmosphere dalam bentuk garis kontinum adalah sebagai berikut:



Gambar 4.2
Garis Kontinum Store Atmosphere

Berdasarkan gambar 4.1, jumlah persentase skor tanggapan responden tentang Store Atmosphere diperoleh skor sebesar 73,33%, dan dalam pengklasifikasian jumlah skor tanggapan responden nilai tersebut termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan pengklasifikasian ini, maka dapat diartikan bahwa tanggapan responden tentang Store Atmosphere adalah baik. Kategori tersbut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.22
***Scoring* Store Atmosphere**

% Jumlah Skor	Kriteria
20.00 – 36.00	Tidak Baik
36.01 – 52.00	Kurang Baik
52.01 – 68.00	Cukup
68.01 – 84.00	**Baik**
84.01 – 100	Sangat Baik

4.2.3. Hasil Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Pada Warnet Premiere Karawang

Sebanyak 15 butir pernyataan mengenai sistem *Store Atmosphere* diajukan kepada responden untuk menilai pengaruh *store atmosphere* pada warnet premiere karawang . Kuesioner terdiri dari 5indikator, yaitu Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Berbagai Alternatif, Keputusan Pembelian, Perilaku Pasca Pembelian.

1. Tanggapan Responden Mengenai Pengenalan Masalah

Tabel 4.23
Jasa internet pada Warnet Premiere menjadi kebutuhan anda sehari-hari

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	7	9,6
Setuju	37	50,7
Kurang Setuju	23	31,5
Tidak Setuju	5	6,8
Sangat Tidak Setuju	1	1,4
Total	**73**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 7 orang atau 9,6 %, setuju sebanyak 37 orang atau 50,7 %, kurang setuju sebanyak 23 orang atau 31,5%, tidak setuju sebanyak 5 orang atau 6,8%, Dan yang paling sedikit menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,4%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa jasa internet pada warnet premiere karawang menjadi kebutuhan mereka sehari-hari.

Tabel 4.24
Jasa internet yang dijual Warnet Premiere sesuai harapan anda

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	21	28,8
Setuju	25	34,2
Kurang Setuju	18	24,7
Tidak Setuju	9	12,3
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total	**73**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 21 orang atau 28,8 %, setuju sebanyak 25 orang atau 34,2 %, kurang setuju sebanyak 18 orang atau 24,7%, tidak setuju sebanyak 9 orang atau 12,3%, Dan yang paling sedikit menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang atau 0,0%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa jasa internet yang dijual pada warnet premiere karawang sesuai harapan mereka.

2. Tanggapan Responden Mengenai Pencarian Informasi

Tabel 4.25
Jasa internet pada warnet premiere sebagai sarana anda mencari informasi

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	5	6,8
Setuju	20	27,4
Kurang Setuju	24	32,9
Tidak Setuju	20	27,4
Sangat Tidak Setuju	4	5,5
Total	**73**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 5 orang atau 6,8 %, setuju sebanyak 20 orang atau 27,4 %, kurang setuju sebanyak 24 orang atau 32,9%, tidak setuju sebanyak 20 orang atau 27,4%, Dan yang paling sedikit menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang atau 5,5%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dan kurang setuju bahwa jasa internet pada warnet premiere karawang sebagai sarana mereka mencari informasi.

Tabel 4.26
Informasi yang anda cari anda dapatkan setelah memakai jasa internet pada Warnet Premiere

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	14	19,2
Setuju	26	35,6
Kurang Setuju	23	31,5
Tidak Setuju	5	6,8
Sangat Tidak Setuju	5	6,8
Total	**73**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 orang atau 19,2 %, setuju sebanyak 26 orang atau 35,6 %, kurang setuju sebanyak 23 orang atau 31,5%, tidak setuju sebanyak 5 orang atau 6,8%, Dan yang paling sedikit menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang atau 6,8%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa in formasi yang mereka cari mereka dapatkan setelah memakai jasa internet pada warnet premiere karawang.

3. Tanggapan Responden Mengenai Evaluasi Berbagai Alternative

Tabel 4.27
Jasa internet yang dijual pada Warnet Premiere sebagai alternative pilihan anda

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	7	9,6
Setuju	27	37,0
Kurang Setuju	21	28,8
Tidak Setuju	9	12,3
Sangat Tidak Setuju	9	12,3
Total	**73**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 7 orang atau 9,6 %, setuju sebanyak 27 orang atau 37,0 %, kurang setuju sebanyak 21 orang atau 28,8%, tidak setuju sebanyak 9 orang atau 12,3%, Dan yang paling sedikit menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 9 orang atau 12,3%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dan kurang setuju bahwa jasa internet yang dijual pada warnet premiere karawang sebagai alternative pilihan mereka.

Tabel 4.28
Pilihan anda benar membeli jasa internet pada Warnet Premiere

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	9	12,3
Setuju	30	41,1
Kurang Setuju	12	16,4
Tidak Setuju	13	17,8
Sangat Tidak Setuju	9	12,3
Total	**73**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 9 orang atau 12,3 %, setuju sebanyak 30 orang atau 41,1 %, kurang setuju sebanyak 12 orang atau 16,4%, tidak setuju sebanyak 13 orang atau 17,8%, Dan yang paling sedikit menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 9 orang atau 12,3%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa pilihan mereka benar membeli jasa internet pada warnet premiere karawang.

4. Tanggapan Responden Mngenai Keputusan Pembelian

Tabel 4.29
Puas dengan keputusan anda membeli jasa internet pada Warnet Premiere

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	4	5,5
Setuju	38	52,1
Kurang Setuju	17	23,3
Tidak Setuju	6	8,2
Sangat Tidak Setuju	8	11,0
Total	**73**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 4 orang atau 5,5 %, setuju sebanyak 38 orang atau 52,1 %, kurang setuju sebanyak 17 orang atau 23,3%, tidak setuju sebanyak 6 orang atau 8,2%, sangat tidak setuju sebanyak 8 orang atau 11,0%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa mereka puas dengan keputusannya membeli jasa internet pada warnet premiere karawang.

Tabel 4.30
Benar dengan keputusan anda membeli jasa internet pada Warnet Premiere

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	9	12,3
Setuju	30	41,1
Kurang Setuju	21	28,8
Tidak Setuju	6	8,2
Sangat Tidak Setuju	7	9,6
Total	**73**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 9 orang atau 12,3 %, setuju sebanyak 30 orang atau 41,1 %, kurang setuju sebanyak 21 orang atau 28,8%, tidak setuju sebanyak 6 orang atau 8,2%, sangat tidak setuju sebanyak 7 orang atau 9,6%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa benar dengan keputusan mereka membeli jasa internet pada warnete premiere karawang.

5. Tanggapan Responden Mengenai Prilaku Pasca Pembelian

Tabel 4.31
Perasaan anda merasa puas setelah memakai jasa internet pada Warnet Premiere

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	8	11,0
Setuju	29	39,7
Kurang Setuju	19	26,0
Tidak Setuju	9	12,3
Sangat Tidak Setuju	8	11,0
Total	**73**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 8 orang atau 11,0 %, setuju sebanyak 29 orang atau 39,7 %, kurang setuju sebanyak 19 orang atau 26,0%, tidak setuju sebanyak 9 orang atau 12,3%, Dan yang paling sedikit menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 8 orang atau 11,0%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa perasaa mereka merasa puas setelah memakai jasa internet pada warnet premiere karawang.

Tabel 4.32
Senang/gembira setelah membeli jasa internet pada Warnet Premiere

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	5	6,8
Setuju	24	32,9
Kurang Setuju	21	28,8
Tidak Setuju	17	23,3
Sangat Tidak Setuju	6	8,2
Total	**73**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 5 orang atau 6,8 %, setuju sebanyak 24 orang atau 32,9 %, kurang setuju sebanyak 21 orang atau 28,8%, tidak setuju sebanyak 17 orang atau 23,3%, sangat tidak setuju sebanyak 6 orang atau 8,2%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa mereka senang / gembira setelah membeli jasa internet pada warnet premiere karawang.

4.2.4. Hasil *Scoring* Keputusan Pembelian Pada Warnet Premiere Karawang

Untuk mengetahui bagaimana Keputusan Pembelian, maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.33
Akumulasi jawaban Responden tentang Keputusan Pembelian

Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban dan Frekuensinya					Skor Total
	5	4	3	2	1	
1	7	37	23	5	1	72,05
2	21	25	18	9	0	75,89
3	5	20	24	20	4	60,55
4	14	26	23	5	5	70,68
5	7	27	21	9	9	63,84
6	9	30	12	13	9	64,66
7	4	38	17	6	8	66,58
8	9	30	21	6	7	67,67
9	8	29	19	9	8	65,48
10	5	24	21	17	6	61,37
Rata-rata Skor Total						**66,88**
Kriteria						**Cukup Baik**

Berdasarkan tabulasi data tentang Keputusan Pembelian diatas, diperoleh nilai tanggapan responden atas kuesioner Keputusan Pembelian (Kuesioner Variabel X) adalah sebesar 66,88%.

Untuk mengkatagorikan penilaian responden tentang Keputusan Pembelian, maka penulis membuat pengkatagorian dalam garis interval sebagai berikut:

Jarak interval untuk 10 pernyataan dengan 73 orang responden

Skor Minimum $= \frac{Skor\ Minimum}{Skor\ Maksimum} \times 100\%$

$= \frac{1}{5} \times 100\%$

$= 20\%$

Skor Maksimum $= \frac{Skor\ Maksimum}{Skor\ Maksimum} \times 100\%$

$= \frac{5}{5} \times 100\%$

$= 100\%$

Interval dalam persen = Nilai Indeks Maksimum – Nilai Indeks Minimum

= 100% – 20%

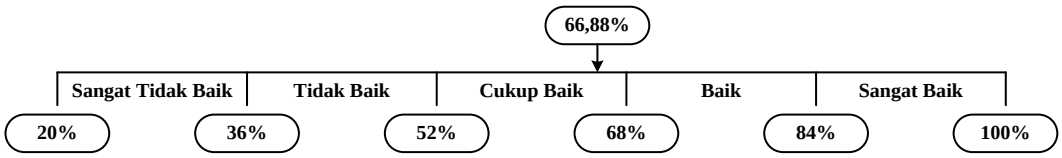
= 80%

Jarak Interval = Interval : Jenjang (5)

= 80% : 5

= 16%

Dengan jarak interval sebesar 16% pada masing-masing kategori, maka dapat digambarkan pembagian skor tanggapan responden tentang Keputusan Pembelian dalam bentuk garis kontinum adalah sebagai berikut:



Gambar 4.3
Garis Kontinum Keputusan Pembelian

Berdasarkan gambar 4.1, jumlah persentase skor tanggapan responden tentang Keputusan Pembelian diperoleh skor sebesar 66,88%, dan dalam pengklasifikasian jumlah skor tanggapan responden nilai tersebut termasuk dalam kategori cukup baik. Berdasarkan pengklasifikasian ini, maka dapat diartikan bahwa tanggapan responden tentang Keputusan Pembelian adalah cukup baik. Kategori tersbut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.34
***Scoring* Keputusan Pembelian Konsumen**

% Jumlah Skor	Kriteria
20.00 – 36.00	Tidak Baik
36.01 – 52.00	Kurang Baik
52.01 – 68.00	Cukup
68.01 – 84.00	**Baik**
84.01 – 100	Sangat Baik

4.2.5. Analisis Kuantitatif Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Warnet Premiere Karawang

Pada sub bab ini hipotesis konseptual yang sebelumnya diajukan akan diuji dan dibuktikan dengan melakukan uji statistik. Hipotesis konseptual yang diajukan adalah adanya pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen. Analisis statistik yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dan analisis korelasi.

Analisis regresi linier merupakan analisis statistika yang bersifat parametrik dimana data yang digunakan harus memiliki skala pengukuran minimal interval. Karena data yang dihasilkan dari penyebaran kuesioner masih berskala ordinal, maka sebelumnya dilakukan konversi data skala ordinal menjadi skala interval dengan menggunakan program MSI (*method of successive interval*).

4.2.5.1 Analisis Regresi

Penggunaan analisis regresi linier sederhana bertujuan untuk membuat model matematis dari pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian sehingga dari model tersebut diketahui besarnya perubahan pada Keputusan Pembelian jika dilaksanakan *Store Atmosphere*, dilakukan perhitungan seperti yang dikemukakan oleh Sugiono (2006:204) sebagai berikut:

Model regresi yang digunakan adalah:

$$Y = a + bX$$

(Sumber: Jonathan, 2005:73)

Dengan:

$$a = \frac{\sum Y_i \sum X_i^2 - \sum X_i \sum X_i Y_i}{n\sum X_i^2 - \left(\sum X_i\right)^2}$$

$$b = \frac{n\sum X_i Y_i - \sum X_i \sum Y_i}{n\sum X_i^2 - \left(\sum X_i\right)^2}$$

Dengan menggunakan rumus diatas maka perhitungan dapat dilakukan dengan menggunakan tabel bantu seperti di bawah ini:

Tabel 4.35
Tabel Bantu Perhitungan Koefisien Regresi

No	Total Skor				
	X	Y	X^2	Y^2	XY
1	54,8207	28,5256	3005,313	813,7116	1563,796
2	26,2213	15,2307	687,5544	231,9729	399,367
3	19,1109	17,8188	365,2283	317,5103	340,5345
4	19,8845	18,1813	395,3926	330,5579	361,5247
5	56,3681	23,919	3177,364	572,1173	1348,267
6	29,3759	22,3279	862,9442	498,5343	655,9019
7	47,3201	27,2483	2239,196	742,4687	1289,393
8	44,1005	29,3406	1944,853	860,8702	1293,934
9	30,3065	18,703	918,4822	349,8035	566,8229
10	44,989	24,2763	2024,011	589,3376	1092,166
11	57,9609	26,6662	3359,462	711,0838	1545,593
12	38,7557	30,1462	1502,004	908,7944	1168,337
13	47,2925	25,6392	2236,578	657,368	1212,541
14	56,8833	29,7814	3235,705	886,9326	1694,064
15	32,324	21,5914	1044,842	466,1907	697,9222
16	25,0184	21,6305	625,9227	467,8789	541,1617
17	18,3689	19,3923	337,4172	376,0603	356,2151
18	60,7846	28,0135	3694,763	784,7565	1702,789
19	39,6409	29,1029	1571,401	846,9796	1153,666
20	50,1053	30,2704	2510,541	916,2977	1516,708
21	55,9567	29,5672	3131,155	874,2186	1654,483
22	51,5168	24,9274	2653,978	621,3736	1284,177
23	51,9313	32,0896	2696,863	1029,741	1666,454
24	43,6424	32,0587	1904,659	1027,76	1399,119
25	45,0695	27,5156	2031,261	757,1098	1240,116
26	51,8394	37,9859	2687,328	1442,926	1969,166
27	25,5995	17,9753	655,3334	323,1124	460,159
28	51,9275	25,6115	2696,468	655,9498	1329,943
29	44,3809	34,8245	1969,668	1212,743	1545,542
30	46,442	33,6491	2156,857	1132,264	1562,732
31	42,4121	28,302	1798,784	801,0014	1200,345
32	49,2037	38,305	2421,001	1467,273	1884,746
33	53,267	24,4905	2837,37	599,7842	1304,534
34	56,4171	28,2163	3182,893	796,1608	1591,884
35	47,5335	36,5134	2259,429	1333,23	1735,609
36	45,6272	23,6944	2081,845	561,4235	1081,109

37	56,3681	32,7723	3177,364	1074,023	1847,312
38	48,9206	28,5347	2393,228	814,2268	1395,934
39	47,3201	30,9529	2239,196	958,0837	1464,697
40	44,1005	29,7293	1944,853	883,8324	1311,077
41	59,0636	33,1801	3488,508	1100,917	1959,734
42	45,7492	32,0032	2092,994	1024,203	1464,121
43	63,225	38,5505	3997,405	1486,141	2437,357
44	38,7557	30,221	1502,004	913,309	1171,236
45	48,0527	34,3346	2309,063	1178,866	1649,872
46	56,8833	29,9572	3235,705	897,4327	1704,062
47	38,0766	34,9988	1449,825	1224,917	1332,634
48	60,9105	38,134	3710,094	1454,202	2322,763
49	45,8177	25,5946	2099,259	655,0833	1172,685
50	60,7846	33,6491	3694,763	1132,264	2045,348
51	39,6409	22,9721	1571,401	527,7173	910,6345
52	50,1053	30,0386	2510,541	902,3203	1505,095
53	55,9567	23,6255	3131,155	558,1652	1322,007
54	51,5168	23,9325	2653,978	572,7654	1232,926
55	51,9313	24,4544	2696,863	598,0172	1269,949
56	43,6424	33,97	1904,659	1153,959	1482,531
57	47,7109	37,3678	2276,328	1396,352	1782,85
58	51,8394	27,3395	2687,328	747,4474	1417,264
59	25,5995	18,4402	655,3334	340,0415	472,0599
60	51,9275	32,696	2696,468	1069,031	1697,824
61	44,3809	33,0441	1969,668	1091,911	1466,527
62	46,442	26,0656	2156,857	679,4156	1210,538
63	41,6518	23,8414	1734,876	568,4121	993,0379
64	46,5659	24,399	2168,386	595,3113	1136,162
65	43,6424	29,4154	1904,659	865,2646	1283,758
66	47,7109	35,9743	2276,328	1294,149	1716,365
67	51,8394	31,4627	2687,328	989,9024	1631,01
68	52,9965	25,1499	2808,624	632,5163	1332,854
69	51,9275	28,5347	2696,468	814,2268	1481,734
70	44,3809	38,2485	1969,668	1462,95	1697,506
71	46,442	27,0205	2156,857	730,107	1254,885
72	42,4121	34,0725	1798,784	1160,937	1445,087
73	49,2037	33,2285	2421,001	1104,132	1634,963
Jumlah	3355,89	2081,44	161771,69	61617,85	98067,22

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

n	=	73
Σ X	=	3355,89
Σ Y	=	2081,44
ΣX^2	=	161771,69
ΣY^2	=	61617,85
Σ XY	=	98067,22

Maka untuk menentukan nilai a dan b adalah sebagai berikut:

$$a = \frac{\sum Y_i \quad \sum X_i^2 \; - \; \sum X_i \quad \sum X_i Y_i}{n \sum X_i^2 - \; \sum X_i \;^2}$$

$$a = \frac{2081,44 \quad 161771,69 \quad - \quad 3355,89 \quad 98067,22}{73 \;\; 161771,69 \; - \; 3355,89 \;^2}$$

$$a = 13,913$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - \; \sum X_i \quad \sum Y_i}{n \sum X_i^2 - \; \sum X_i \;^2}$$

$$b = \frac{73 \;\; 98067,22 \; - \; 3355,89 \quad 2081,44}{73 \;\; 161771,69 \; - \; 3355,89 \;^2}$$

$$b = 0,318$$

Sehingga diperoleh model regresi sebagai berikut:

Y = 13,913 + 0,318 X

Nilai konstanta a memiliki arti bahwa ketika X bernilai 0, maka Y bernilai 13,913. Sedangkan koefisien regresi b memiliki arti bahwa pada setiap kenaikan nilai X sebesar 1 unit, maka Y akan meningkat sebesar 0,318 unit.

Jika dilakukan perhitungan dengan menggunkan software *SPSS 13.0 for window,* maka output yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,913	2,510		5,542	,000
	X	,318	,053	,577	5,955	,000

a. Dependent Variable: Y

4.2.5.2 Analisis Korelasi *Pearson*

Untuk mengetahui Store Atmosphere dengan Keputusan Pembelian maka dapat hitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum X_i Y_i - \sum X_i \quad \sum Y_i}{\sqrt{n\sum X_i^{\,2} - \left(\sum X_i\right)^2 \quad n\sum Y_i^2 - \left(\sum Y_i\right)^2}}$$

Berdasarkan tabel 4.33 dapat disimpulkan sebagai berikut:

n	=	73
Σ X	=	3355,89
Σ Y	=	2081,44
Σ X^2	=	161771,69
Σ Y^2	=	61617,85
Σ XY	=	98067,22

Maka untuk menentukan nilai r adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n\sum X_i^{\,2} - (\sum X_i)^2\}\{n\sum Y_i^{\,2} - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{73 \times 98067,22 \; - \; 3355,89 \quad 2081,44}{\sqrt{\; 73 \times 161771,69 \; - \; 3355,89^{\;2} \quad 73 \times 661617,85 \; - \; 2081,44^{\;2}}}$$

$$r_{xy} = 0,577$$

Jika dilakukan perhitungan dengan menggunkan software *SPSS 13.0 for window,* maka output yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

		Y
X	Pearson Correlation	,577
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	73

Berdasarkan pedoman koefisien korelasi yang dikemukakan Sugiono (2004;183), nilai koefisien korelasi sebesar 0,557 menunjukkan hubungan yang sedang antara Store Atmosphere dengan Keputusan Pembelian. Artinya peningkatan nilai variabel X diiringi pula oleh peningkatan nilai variabel Y.

4.2.5.3 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis Koefisien Determinasi dipergunakan untuk melihat besarnya kontribusi Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian dalam bentuk pesen (%). Analisis ini dihitung dengan menggunkan rumus sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

KD = koefisien determinasi
r = koefisien korelasi

Sehingga:

KD = $0{,}577^2$ x 100%
= 0,333 x 100%
= 33,3%

Kesimpulan:

Dari analisis di atas diperoleh nilai KD = 0,333 (33,3%). Berdasarkan interpretasi yang dikemukankan Sugiono (2006:108) pengaruh sebesar 33,3%

menunjukkan pengaruh yang cukup kuat dari *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini memberikan arti bahwa variabel X memberikan pengaruh yang kuat sebesar 33,3% terhadap variabel Y, dan sisanya sebesar 66,7% adalah pengaruh dari faktor-faktor lain yang diabaikan penulis dalam penelitian.

4.2.5.4 Uji Hipotesis

Untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh dari variabel Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian maka dilakukan pengujian dengan menggunakan perumusan uji t sebagai berikut:

$$t_{hitung} = r\sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 : Store Atmosphere tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian

H_1 : Store Atmosphere berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian

$\alpha = 0,05$

Dengan mengacu pada tingkat signifikansi 5% secara dua arah, maka hasil perhitungan pengujian hipotesi dapat dilihat di bawah ini.

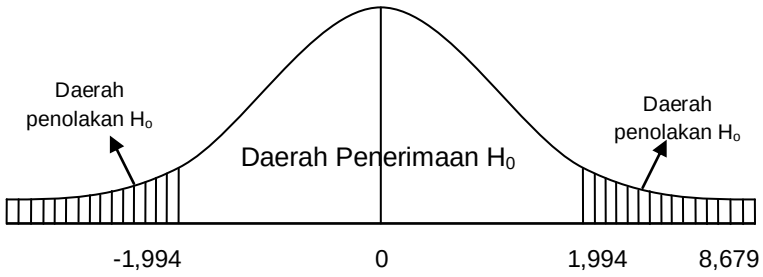
$$t_{hitung} = r\sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

$$t_{hitung} = 0,577\sqrt{\frac{73-2}{1-\ 0,577\ ^2}}$$

$$t_{hitung} = 5,955$$

Dengan db = n-2 = 73-2 = 71 dan α = 0,05 untuk pengujian dua sisi, diperoleh nilai t pada tabel distribusi t adalah 1,994.

Dengan demikian t_{hitung} > dari t_{tabel} (5,955 > 1,994) sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Store Atmosphere berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.



Gambar 4.4
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0

Dari hasil semua perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *store atmosphere* mempunyai korelasi yang sedang dan positif (+) terhadap keputusan pembelian, ditunjukkan oleh angka hasil korelasi yang sedang yaitu sebesar 0,577. Ini berarti bahwa apabila *store atmosphere* diterapkan dengan baik dan berhasil, maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat

store atmosphere juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, ditunjukkan oleh besarnya t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} yaitu 5,955 > 1,994. Hal ini membuktikan hipotesis penelitian bahwa *store atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen .

Setelah mendapatkan hasil dari perhitungan di atas baik perhitungan manual maupun menggunakan *SPSS 13.0 For Windows*, hasilnya adalah *store atmosphere* dan keputusan pembelian sudah baik, serta adanya pengaruh yang kuat dan signifikan antara *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut membuktikan teori yang dikemukakan oleh Gilbert, yang dikutip oleh Bob Foster (2008:61)menjelaskan bahwa:

Atmosphere toko merupakan kombinasi dari pesan secara fisik yang telah direncanakan, *atmosphere* toko dapat digambarkan sebagai perubahan terhadap perancangan lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan pembelian.

Dapat disimpulkan bahwa *store atmosphere* pada Warnet Premiere Karawang, telah berjalan dengan baik sehingga keputusan pembelian konsumen semakin meningkat juga dapat berjalan dengan baik sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Gilbert di atas.

4.2.5.5 Strategi Yang Dilakukan Warnet Premiere Karawang Dalam Meningkatkan *Store Atmosphere*

Sebagai Berikut:

1. Membuat ruangan/suasana toko nyaman, bersih, dan rapih.
2. Menambah AC/penyejuk udara agar ruangan tidak panas.
3. Meningkatkan pelayanan dalam bertransaksi dengan konsumen.
4. Memperindah bangunan toko agar konsumen tertarik untuk datang ke toko sehingga dapat meningkatkan pembelian konsumen.
5. Memperindah interior toko dengan memasang poster-poster yang cantik yang dapat membuat konsumen tertarik.