BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas penjualan kurang dari 200 M2. Dikelola oleh PT Indomarco Prismatama, cikal bakal pembukaan Indomaret di Kalimantan dan toko pertama dibuka di Ancol, Jakarta Utara.

Tahun 1997 perusahaan mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia, setelah Indomaret teruji dengan lebih dari 230 gerai. Pada Mei 2003 Indomaret meraih penghargaan "Perusahaan Waralaba 2003″ dari Presiden Megawati Soekarnoputri.

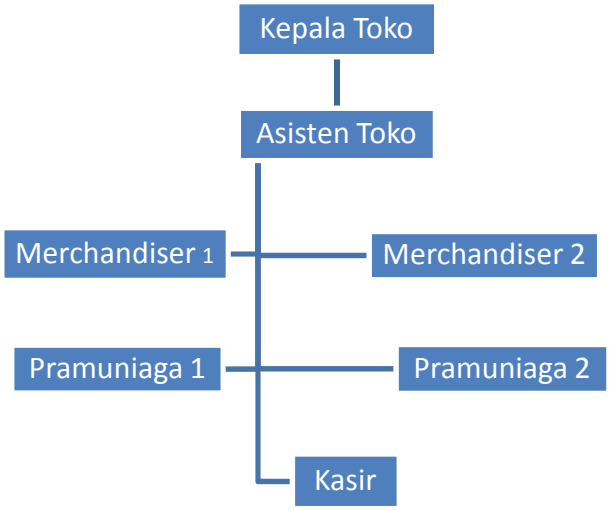
Hingga Maret 2010 Indomaret mencapai 4110 gerai. Dari total itu 2327 gerai adalah milik sendiri dan sisanya 1783 gerai waralaba milik masyarakat, yang tersebar di kota-kota di Jabotabek, Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, Jogjakarta, Bali dan Lampung. Di DKI Jakarta terdapat sekitar 488 gerai.

Indomaret mudah ditemukan di daerah perumahan, gedung perkantoran dan fasilitas umum karena penempatan lokasi gerai didasarkan pada motto "mudah dan hemat". Lebih dari 3.500 jenis produk makanan dan nonmakanan

tersedia dengan harga bersaing, memenuhi hampir semua kebutuhan konsumen sehari-hari.

Didukung oleh 12 pusat distribusi, yang menggunakan teknologi mutakhir, Indomaret merupakan salah satu aset bisnis yang sangat menjanjikan. Keberadaan Indomaret diperkuat oleh anak perusahaan di bawah bendera grup INTRACO, yaitu Indogrosir, BSD Plaza dan Charmant

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 4.1

Struktur Organisasi Indomaret

4.1.3 Job Deskription

1. Kepala Toko

- Fungsi

  Mengatur seluruh kegiatan yang berhubungan dengan operasional toko dari mulai barang dagangan, karyawan, system computer, keamanan toko, hubungan dengan masyarakat toko.

- Tugas dan Kewajiban

  Membuat rencana kerja sehubungan dengan target penjualan harian, mingguan, dan bulanan yang diberikan oleh atasan langsung. Melakukan evaluasi terhadap target penjualan, melakukan survei harga produk pesaing dan menganalisa serta menindak lanjuti, mengontrol seluruh area toko dari area depan sampai belakang, merawat dan menjaga seluruh aset toko, menjaga kebersihan dan kerapihan area toko.

- Wewenang

  Memberikan nasihat, petunjuk, dan bimbingan kepada pramuniaga selaku bawahannya, memberikan tindakan, sanksi kepada bawahan, menilai bawahan dan mengusulkan mutasi atau promosi, mengusulkan ide-ide yang berhubungan dengan usaha meningkatkan omset toko, serta meminta nasihat, bimbingan dan petunjuk kepada atasan, maupun meminta fasilias yang dapat memperlancar pekerjaan.

- Tanggung Jawab

  Bertanggung jawab terhadap penjualan toko, bertanggungjawab terhadap penurunan *cost* dan *loss*, bertanggung jawab terhadap promosi toko, bertanggungjawab terhadap SDM, dan bertanggungjawab terhadap operasional dan *performance* toko.

2. Asisten Kepala Toko

   Tugas dan tanggung jawab asisten kepala toko adalah membangun tim kerja yang solid bersama dengan kepala toko untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Asisten inilah yang biasanya mengerjakan administrasi dan membuat laporan, sedangkan kepala toko menganalisis laporan tersebut dan memberikan solusi jika ada masalah.

   Karena jumlah kasir terbatas, adakalanya asisten kepala toko harus melakukan tugas tersebut. Hal ini terjadi bila kasir libur atau berhalangan hadir dan bila antrian mencapai lebih dari empat konsumen.

3. Merchandiser

   Menjaga dan meningkatkan kinerja toko dengan menjaga ketersediaan produk secara tepat sesuai perkembangan kebutuhan pasar, menjaga kebersihan produk dan pajangan, membuat laporan hasil pekerjaan yang ditentukan oleh perusahaan, memajang/ mendisplay, merapihkan, dan menata produk sesuai standar display dari perusahaan, serta menggantikan tugas kasir apabila ada yang berhalangan hadir atau keluar maupun sedang beristirahat.

4. Pramuniaga

   Tugas dan tanggung jawab seorang pramuniaga adalah memberikan pelayanan yang memuaskan konsumen, melakukan penataan produk, melakukan pelabelan pada setiap produk, mampu memperhatikan setiap gerak-gerik dari konsumen, memperhatikan tanggal kadaluarsa dari setiap produk, menjaga kebersihan dan kerapian toko agar konsumen merasa nyaman pada saat berbelanja, serta mampu mengatasi setiap keluhan dari konsumen. Selain melakukan semua tugas-tugasnya, seorang pramuniaga juga harus memperhatikan setiap penampilannya.

5. Kasir

   Tugas dan tanggung jawab kasir adalah melakukan transaksi penjualan, menjaga kebersihan area kasir, serta bertanggung jawab atas jumlah pendapatan dengan barang yang terjual.

4.1.4 Aspek Perusahaan

Kegiatan yang dilakukan oleh Indomaret adalah penjualan retail yang meliputi kegiatan promosi dan pemasaran. Sasaran pasar indomaret ialah konsumen semua kalangan masyarakat. Lokasi gerai yang strategis dimaksudkan untuk memudahkan Indomaret melayani sasaran demografisnya yaitu keluarga. Strategi pemasaran Indomaret diintegrasikan dengan kegiatan promosi. Secara berkala Indomaret menjalankan program promosi dengan berbagai cara, seperti memberikan harga khusus, undian berhadiah maupun hadiah langsung.

4.2 Pembahasan Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan penelitian yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner maka diperoleh data tentang pengunjung Indomaret Tubagus Ismali Raya sebanyak 100 responden yang diambil sebagai sampel.

Analisis data responden ini terdiri atas 4 tabel tunggal berisi data mengenai jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan terakhir, pendapatan perbulan, dengan data sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	42	42 %
2	Perempuan	58	58 %
Total		**100**	**100%**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 58 orang dan yang paling sedikit adalah laki-laki sebanyak 42 orang. Sehingga proporsi jenis kelamin reponden penelitian yang relatif seimbang tersebut telah cukup mewakili segmentasi pasar Indomaret Tubagus Ismail Raya Bandung.

Tabel 4.2
Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1	SD	0	0 %
2	SMP	24	24 %
3	SMU	28	28 %
4	Sarjana	42	42 %
5	Lainnya	6	6 %
Total		**100**	**100%**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pengelompokan yang berdasarkan pendidikan terakhir terdapat 24% SMP, 28% SMU, 42% sarjana, dan 6% memiliki pendidikan terakhir lainnya (termasuk pascasarjana dan D3). Melihat jenis pendidikan terakhir responden yang bervariasi tersebut, maka responden penelitian telah cukup mewakili segmentasi pasar Indomaret Tubagus Ismail Raya Bandung.

Tabel 4.3
Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar / Mahasiswa	38	38 %
2	Pegawai Swasta	24	24 %
3	Pegawai Negeri	8	8 %
4	Wiraswasta	17	17 %
5	Lainnya	13	13 %
Total		**100**	**100%**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pengelompokan yang berdasarkan pekerjaan terdapat 38% pelajar/mahasiswa, 24% pegawai swasta, 8% pegawai negeri, 17% wiraswasta, dan 13% memiliki pekerjaan lainnya (disini termasuk ibu rumah tangga). Melihat jenis pekerjaan responden yang bervariasi

tersebut, maka responden penelitian telah cukup mewakili segmentasi pasar Indomaret Tubagus Ismail Raya Bandung.

Tabel 4.4
Pendapatan Perbulan

No	Pendapatan Perbulan	Frekuensi	Persentase
1	< Rp. 500.000	4	4 %
2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	34	34 %
3	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	47	47 %
4	> Rp. 2.000.000	15	15 %
Total		**100**	**100%**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pengelompokan yang berdasarkan pendapatan perbulan terdapat 4% responden yang berpenghasilan kurang dari Rp. 500.000, 34% responden yang berpenghasilan Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000, 47% responden yang berpenghasilan Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000, dan 15% responden yang berpenghasilan lebih dari Rp. 2000.000. Jumlah peghasilan para responden yang bervariasi tersebut menunjukkan bahwa tingkat sosial dan ekonomi juga bervariasi, maka dapat disimpulkan bahwa responden penelitian sudah cukup mewakili segmentasi pasar Indomaret Tubagus Ismail Raya Bandung.

4.2.2 Hasil Analisis

4.2.2.1 Keragaman Produk

Tabel 4.5

Indomaret Menjual Bermacam-macam Merek Produk Yang Membuat Saudara Memiliki Banyak Pilihan Untuk Memilih.

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	28	28 %
Setuju	50	50 %
Ragu-ragu	14	14 %
Tidak Setuju	4	4 %
Sangat Tidak Setuju	4	4 %
Total	**100**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 50 orang dan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang. Hal ini sesuai dengan kenyataan bahwa Indomaret selalu tanggap untuk menyediakan produk-produk dengan merek yang semakin beragam.

Tabel 4.6
Merek Produk Yang Saya Butuhkan Selalu Tersedia di Indomaret

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	29	29 %
Setuju	53	53 %
Ragu-ragu	10	10 %
Tidak Setuju	4	4 %
Sangat Tidak Setuju	4	4 %
Total	**100**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 53 orang dan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang. Hal ini sesuai dengan kenyatan bahwa konsumen mengetahui keberadaan produk yang di butuhkan ketika akan berbelanja di Indomaret.

Tabel 4.7
Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Macam Merek

Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban dan Frekuensi					Skor Total	Persentase Skor Total
	5	4	3	2	1		
1	28	50	14	4	4	394	78,8%
2	29	53	10	4	4	399	79,8%
Jumlah skor total						793	79,3%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa skor petanyaan paling tinggi adalah pertanyaan nomor dua yaitu sebesar 79,8% dengan rata-rata dari kedua pertanyaan adalah sebesar 79,3%.

Tabel 4.8
Indomaret Menyediakan Variasi Ukuran Produk Yang Lengkap

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	37	37 %
Setuju	49	49 %
Ragu-ragu	13	13 %
Tidak Setuju	1	1 %
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Total	**100**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 49 orang dan yang paling sedikit yaitu tidak ada satupun responden yang menyatakan sangat tidak setuju (nol). Hal ini sesuai dengan kenyataan bahwa Indomaret selalu berusaha untuk menyediakan ukuran-ukuran produk yang bervariasi.

Tabel 4.9
Indomaret Menjual Berbagai Variasi Ukuran Produk Yang Saya Inginkan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	42	42 %
Setuju	46	46 %
Ragu-ragu	8	8 %
Tidak Setuju	1	1 %
Sangat Tidak Setuju	3	3 %
Total	**100**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 46 orang dan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang. Hal ini menjelaskan bahwa Indomaret selalu berusaha untuk menyediakan variasi ukuran produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Tabel 4.10
Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Variasi Ukuran Produk

Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban dan Frekuensi					Skor Total	Persentase Skor Total
	5	4	3	2	1		
3	37	49	13	1	0	422	84,4%
4	42	46	8	1	3	423	84,6%
Jumlah skor total						845	84,5%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa skor petanyaan paling tinggi adalah pertanyaan nomor empat yaitu sebesar 84,6% dengan rata-rata dari kedua pertanyaan adalah sebesar 84,5%.

Tabel 4.11
Produk Yang Saya Butuhkan Tersedia di Indomaret

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	21	21 %
Setuju	52	52 %
Ragu-ragu	19	19 %
Tidak Setuju	8	8 %
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Total	**100**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 52 orang dan paling sedikit yaitu tidak ada satupun responden yang menyatakan sangat tidak setuju (nol). Hal ini menjelaskan bahwa konsumen mengetahui dengan pasti bahwa produk yang mereka butuhkan tersedia di Indomaret.

Tabel 4.12
Indomaret Menyediakan Beragam Produk Yang Saya Butuhkan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	34	34 %
Setuju	59	59 %
Ragu-ragu	6	6 %
Tidak Setuju	0	0 %
Sangat Tidak Setuju	1	1 %
Total	**100**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 59 orang dan yang paling sedikit yaitu tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju (nol). Hal ini mejelaskan bahwa ketika konsumen membutuhkan berbagai macam produk, mereka tau jika produk yang mereka butuhkan tersebut tersedia di Indomaret.

Tabel 4.13
Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Ketersediaan Produk

Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban dan Frekuensi					Skor Total	Persentase Skor Total
	5	4	3	2	1		
5	21	52	19	8	0	386	77,2%
6	34	59	6	0	1	425	85 %
Jumlah skor total						811	81,1%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa skor petanyaan paling tinggi adalah pertanyaan nomor enam yaitu sebesar 85% dengan rata-rata dari kedua pertanyaan adalah sebesar 81,1%.

Tabel 4.14
Indomaret Menjual Produk Yang lengkap

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	26	26 %
Setuju	64	64 %
Ragu-ragu	9	9 %
Tidak Setuju	1	1 %
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Total	**100**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 64 orang dan yang paling sedikit yaitu tidak ada satupun responden yang menyatakan sangat tidak setuju (nol). Hal ini membuktikan bahwa dalam kegiatan penjualannya, Indomaret selalu berusaha untuk menghadirkan produk-produk yang baru, beragam dalam ukuran dan merek, sehingga produk-produk yang tersedia semakin lengkap.

Tabel 4.15
Indomaret Merupakan Salahsatu Minimarket Yang Menjual Produk Paling Lengkap

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	30	57 %
Setuju	48	30 %
Ragu-ragu	17	8 %
Tidak Setuju	5	5 %
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Total	**100**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 48 orang dan yang paling sedikit yaitu tidak ada

satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju (nol). Hal ini membuktikan bahwa Indomaret menyadari akan tingginya tingkat persaingan diantara minimarket sehingga Indomaret selalu meningkatkan pelayanannya khususnya dalam kelengkapan dan ketersediaan produk.

Tabel 4.16
Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kelengkapan Produk

Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban dan Frekuensi					Skor Total	Persentase Skor Total
	5	4	3	2	1		
7	26	64	9	1	0	415	83%
8	30	48	17	5	0	403	80,6%
Jumlah skor total						818	81,8%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa skor petanyaan paling tinggi adalah pertanyaan nomor tujuh yaitu sebesar 83% dengan rata-rata dari kedua pertanyaan adalah sebesar 81,8%.

Untuk mengetahui skor tertinggi dari masing-masing indikator keragaman produk, maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.17
Nilai Persentase Skor Total Mengenai Keragaman Produk

No	Indikator	Skor Total	Persentase Skor
1	Macam merek produk	793	79,3%
2	Variasi ukuran produk	845	84,5%
3	Ketersediaan produk	811	81,1%
4	Kelengkapan produk	818	81,8%
Rata-rata skor total		3267	82%

Skor indikator yang paling tinggi adalah indikator mengenai variasi ukuran produk yaitu sebesar 84,5%. Hal ini disebabkan karna dalam menyediakan produk yang beragam indomaret menyadari bahwa variasi ukuran produk sangat penting bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Untuk mengkatagorikan penilain responden tentang keragaman produk, maka penulis membuat pengkatagorian dengan rumus sebagai berikut:

$$rs = \frac{skor\ actual}{skor\ ideal}\ x\ 100\%$$

$$rs = \frac{3267}{4000}\ x\ 100\%$$

rs = 82 %

Hasil perhitungan diatas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.18
Hasil Perhitungan Akumulasi Keragaman Produk

Alternatif Jawaban	Frekuensinya	Jumlah frekuensi
5	247 x 5	1235
4	421 x 4	1684
3	96 x 3	288
2	24 x 2	48
1	12 x 1	12
Skor Actual		**3267**
Skor Ideal (100 x 5x8)		**4000**
Total skor		**82%**
Kriteria		**Baik**

Dari perhitungan di atas dapat dibuat kategori pada variabel bukti langsung sebagai berikut :

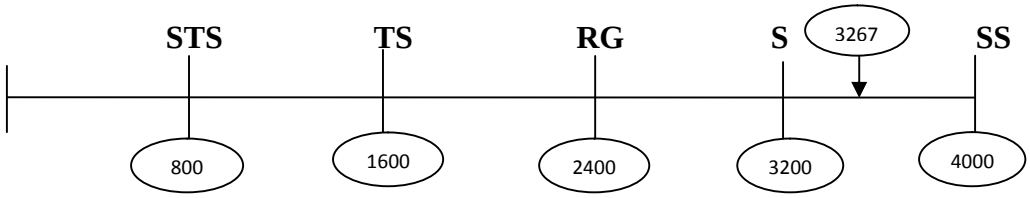
Tabel 4.19
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Keragaman Produk

No.	% Jumlah Skor	Kriteria
1.	20,00 – 36,00	Tidak Baik
2.	36,01 – 52,00	Kurang Baik
3.	52,01 – 68,00	Cukup
4.	68,01 – 84,00	Baik
5.	84,01 - 100	Sangat Baik

Umi Narimawati (2007: 84-85)

Berdasarkan data hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata skor keragaman produk adalah 82% dan berdasarkan tabel kategori di atas termasuk kategori baik. Dengan demikian produk yang ada di Indomaret beragam.

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4.2
Garis Kontinum Keragaman Produk

Jadi berdasarkan data yang diperoleh dari 800 responden maka rata-rata 3267 terletak pada daerah mendekati sangat setuju.

4.2.2.2 Keputusan Pembelian

Tabel 4.20
Saya Merasa Tertarik Untuk Berbelanja di Indomaret

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tertarik	21	21 %
Tertarik	72	72 %
Ragu-ragu	7	7 %
Tidak Tertarik	0	0 %
Sangat Tidak Tertarik	0	0 %
Total	**100**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan tertarik sebanyak 72 orang dan yang paling sedikit yaitu tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak tertarik dan sangat tidak tertarik (nol). Hal ini menjelaskan bahwa Indomaret telah berhasil menarik perhatian konsumen akan produk yang ditawarkan melalui strategi bisnsinya yaitu pemilihan lokasi usaha yang dekat dengan daerah pemukiman, sehingga memudahkan konsumen untuk datang berbelanja.

Tabel 4.21
Indomaret Menyediakan Produk Yang Beragam Sehingga Saya Tertarik Untuk Membelinya

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tertarik	13	13 %
Tertarik	63	63 %
Ragu-ragu	19	19 %
Tidak Tertarik	5	5 %
Sangat Tidak Tertarik	0	0 %
Total	**100**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan tertarik sebanyak 63 orang dan yang paling sedikit yaitu tidak ada satupun responden yang menyatakan sangat tidak tertarik (nol). Hal ini menjelaskan bahwa Indomaret selalu berusaha untuk menyediakan produk yang beragam sehingga konsumen memiliki ketertarikan untuk membeli dan mencoba produk-produk yang baru.

Tabel 4.22
Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Ketertarikan Konsumen Untuk Berbelanja

Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban dan Frekuensi					Skor Total	Persentase Skor Total
	5	4	3	2	1		
1	21	72	7	0	0	414	82,8%
2	13	63	19	5	0	384	76,8%
Jumlah skor total						798	79,8%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa skor petanyaan paling tinggi adalah pertanyaan nomor satu yaitu sebesar 82,8% dengan rata-rata dari kedua pertanyaan adalah sebesar 79,8%.

Tabel 4.23
Saya berbelanja di Indomaret karena menyediakan produk yang saya inginkan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	21	21 %
Setuju	54	54 %
Ragu-ragu	20	20 %
Tidak Setuju	5	5 %
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Total	**100**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 54 orang dan yang paling sedikit yaitu tidak ada satupun responden yang menyatakan sangat tidak setuju (nol). Hal ini membuktikan bahwa konsumen berbelanja di Inomaret, karena mengetahui produk yang mereka inginkan tersedia disana.

Tabel 4.24

Produk yang saya beli di indomaret memenuhi kebutuhan saya

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	23	23 %
Setuju	75	75 %
Ragu-ragu	2	2 %
Tidak Setuju	0	0 %
Sangaat Tidak Setuju	0	0 %
Total	**100**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 75 orang dan yang paling sedikit yaitu tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju (nol). Hal ini menjelaskan bahwa indomaret selalu menyediakan produk-produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehari-hari, sehingga konsumen mau berbelanja di Indomaret.

Tabel 4.25
Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kesadaran Konsumen Akan Suatu Kebutuhan

Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban dan Frekuensi					Skor Total	Persentase Skor Total
	5	4	3	2	1		
3	21	54	20	5	0	391	78,2%
4	23	75	2	0	0	421	84,2%
Jumlah skor total						812	81,2%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa skor petanyaan paling tinggi adalah pertanyaan nomor empat yaitu sebesar 84,2% dengan rata-rata dari kedua pertanyaan adalah sebesar 81,2%.

Tabel 4.26
Saya Merasa Puas Berbelanja di Indomaret

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Puas	26	26 %
Puas	66	66 %
Ragu-ragu	8	8 %
Tidak Puas	0	0 %
Sangat Tidak Puas	0	0 %
Total	**100**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan puas sebanyak 66 orang dan yang paling sedikit yaitu tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak puas dan sangat tidak puas (nol). Hal ini membuktikan bahwa Indomaret selalu meningkatkan pelayanannya agar konsumen merasa puas ketika berbelanja.

Tabel 4.27
Produk Yang Saya Beli di Indomaret Memberikan Kepuasan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	14	14 %
Setuju	60	60 %
Ragu-ragu	21	21 %
Tidak Setuju	5	5 %
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Total	**100**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 60 orang dan yang paling sedikit yaitu tidak ada satupun responden yang menyatakan sangat tidak setuju (nol). Hal ini menjelaskan bahwa Indomaret sadar akan pentingnya ketersediaan barang yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen sehingga konsumen tidak kecewa saat mencari produk yang dibutuhkan.

Tabel 4.28
Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kepuasan

Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban dan Frekuensi					Skor Total	Persentase Skor Total
	5	4	3	2	1		
5	26	66	8	0	0	418	83,6%
6	14	60	21	5	0	383	76,6%
Jumlah skor total						801	80,1%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa skor petanyaan paling tinggi adalah pertanyaan nomor lima yaitu sebesar 83,6% dengan rata-rata dari kedua pertanyaan adalah sebesar 80,1%.

Tabel 4.29
Saya Akan Datang Kembali Untuk Berbelanja di Indomaret

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	13	13 %
Setuju	63	63 %
Ragu-ragu	19	19 %
Tidak Setuju	5	5 %
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Total	**100**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 63 orang dan yang paling sedikit yaitu tidak ada satupun responden yang menyatakan sangat tidak setuju (nol). Hal ini menjelaskan bahwa konsumen mengetahui bahwa produk yang mereka inginkan tersedia di Indomaret, sehingga mereka akan datang berbelanja kembali.

Tabel 4.30
Saya Sering Berbelanja di Indomaret

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	24	24 %
Setuju	74	74 %
Ragu-ragu	2	2 %
Tidak Setuju	0	0 %
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Total	**100**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 74 orang dan yang paling sedikit yaitu tidak ada satupun responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju (nol). Hal ini membuktikan bahwa Indomaret telah melekat di hati konsumen akan produk

yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehari-hari sehingga mereka selalu melakukan pembelian di Indomaret.

Tabel 4.31
Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Pembelian Ulang

Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban dan Frekuensi					Skor Total	Persentase Skor Total
	5	4	3	2	1		
7	13	63	19	5	0	384	76,8%
8	24	74	2	0	0	422	84,4%
Jumlah skor total						806	80,6%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa skor petanyaan paling tinggi adalah pertanyaan nomor delapan yaitu sebesar 84,4% dengan rata-rata dari kedua pertanyaan adalah sebesar 80,6%.

Untuk mengetahui skor tertinggi dari masing-masing indikator keputusan pembelian, maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.32
Nilai Persentase Skor Total Mengenai Keputusan Pembelian

No	Indikator	Skor Total	Persentase Skor
1	Ketertarikan konsumen	798	79,8%
2	Kesadaran konsumen	812	81,2%
3	Kepuasan	801	80,1%
4	Pembelian ulang	806	80,6%
Rata-rata skor total		3217	83%

Skor indikator yang paling tinggi adalah indikator mengenai kesadaran konsumen yaitu sebesar 81,2%. Hal ini disebabkan karna dalam membeli suatu produk di Indomaret, konsumen sadar akan ketersediaan produk yang ia butuhkan, sehingga memutuskan untuk berbelanja di Indomaret.

Untuk mengkatagorikan penilain responden tentang keputusan pembelian, maka penulis membuat pengkatagorian dengan rumus sebagai berikut:

$$rs = \frac{skor\ actual}{skor\ ideal}\ x\ 100\%$$

$$rs = \frac{3317}{4000}\ x\ 100\%$$

rs = 83 %

Hasil perhitungan diatas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.33
Hasil Perhitungan Akumulasi Keputusan Pembelian Konsumen

Alternatif Jawaban	Frekuensinya	Jumlah frekuensi
5	155 x 5	775
4	527 x 4	2108
3	98 x 3	294
2	20 x 2	40
1	0 x 1	0
Skor Actual		**3217**
Skor Ideal (100 x 5 x 8)		**4000**
Total skor		**80 %**
Kriteria		**Baik**

Dari perhitungan di atas dapat dibuat kategori pada variabel bukti langsung sebagai berikut:

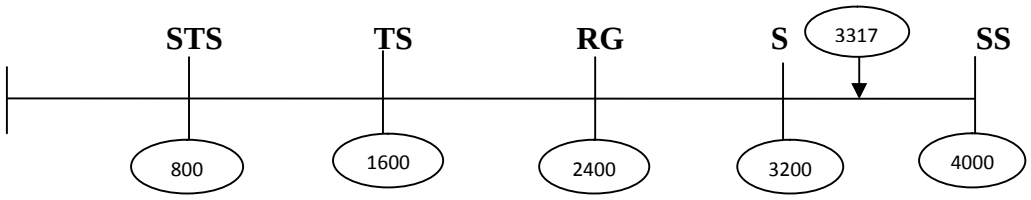
Tabel 4.34
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

No.	% Jumlah Skor	Kriteria
1.	20,00 – 36,00	Tidak Baik
2.	36,01 – 52,00	Kurang Baik
3.	52,01 – 68,00	Cukup
4.	68,01 – 84,00	Baik
5.	84,01 - 100	Sangat Baik

Umi Narimawati (2007: 84-85)

Berdasarkan data hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata skor keputusan pembelian adalah 80% dan berdasarkan tabel kriteria di atas termasuk kriteria baik.

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4.3
Garis Kontinum Keputusan Pembelian

Jadi berdasarkan data yang diperoleh dari 800 responden maka rata-rata 3317 terletak pada daerah mendekati sangat setuju.

4.2.3 Analisis Regresi

Tabel 4.35
Tabel Bantu Perhitungan Koefisien Regresi

No Resp	Skor Total (X)	Skor Total (Y)	X^2	Y^2	XY
1	27,68	29,13	766,22	848,59	806,35
2	23,03	22,39	530,50	501,27	515,68
3	23,87	23,01	569,78	529,49	549,27
4	24,88	24,23	618,94	587,28	602,90
5	24,88	24,23	618,94	587,28	602,90
6	22,33	21,21	498,58	450	473,67
7	25,43	24,56	646,76	603,35	624,68
8	23,87	23,01	569,78	529,49	549,27
9	20,65	19,01	426,37	361,45	392,57
10	22,81	21,73	520,36	427,27	495,74
...	...	...	...	...	...
100	27,70	34,90	767,02	1218,1	966,59
Jumlah	**2649,34**	**2486,91**	**71424,88**	**63603**	**66505,11**

Berdasarkan tabel diatas , maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

n	=	100
Σ X	=	2649,34
Σ Y	=	2486,91
ΣX^2	=	71424,88
ΣY^2	=	63603
Σ XY	=	66505,11

Maka untuk menentukan nilai a dan b adalah sebagai berikut:

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

$$a = \frac{(2486{,}91)(71424{,}88) - (2649{,}34)(66505{,}11)}{100(71424{,}88) - (2649{,}34)^2}$$

$$a = \frac{(177627248) - (176194648)}{7142488 - 7019002{,}44}$$

$$a = \frac{1432600}{123486} = 11{,}6$$

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

$$b = \frac{(6650511) - (6588670{,}14)}{7142488 - 7109002{,}44}$$

$$a = \frac{61840{,}9}{123486} = 0{,}5$$

Sehingga diperoleh model regresi sebagai berikut:

y = 11,6 + 0,5x

Nilai konstanta a memiliki arti bahwa ketika X (keragaman produk) bernilai 0, maka Y (keputusan pembelian) bernilai 11,6. Sedangkan koefisien regresi b memiliki arti bahwa pada setiap kenaikan nilai X (keragaman produk) sebesar 1 unit, maka Y (keputusan pembelian) akan meningkat sebesar 0,5 unit.

Jika dilakukan perhitungan dengan menggunkan software *SPSS 15.0 for window*, maka output yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.36
Koefisien Regresi

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	11,602	2,921		3,971	,000
	x	,501	,109	,420	4,581	,000

a Dependent Variable: y

4.2.4 Analisis Korelasi

Untuk mengetahui keragaman produk dengan keputusan pembelian konsumen maka dapat hitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Berdasarkan tabel 4.9 dapat disimpulkan sebagai berikut:

n	=	100
Σ X	=	2649,34
Σ Y	=	2486,91
ΣX^2	=	71424,88
ΣY^2	=	63603
Σ XY	=	66505,11

Maka untuk menentukan nilai r adalah sebagai berikut:

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

$$\frac{(6650511) - (6588670{,}14)}{147246{,}15}$$

$$r_{xy} = 0{,}420$$

Jika dilakukan perhitungan dengan menggunkan software *SPSS 15.0 for window*, maka output yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.37
Koefisien Korelasi

Correlations

		x	y
x	Pearson Correlation	1	,420(**)
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan pedoman koefisien korelasi yang dikemukakan Sugiyono (2010 : 257), nilai koefisien korelasi sebesar 0,420 menunjukkan hubungan yang sedang antara keragaman produk dengan keputusan pembelian konsumen. Artinya peningkatan nilai keragaman produk sebesar 0,420 diiringi pula oleh peningkatan nilai keputusan pembelian sebesar 0,420.

4.2.5 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis Koefisien Determinasi dipergunakan untuk melihat besarnya kontribusi keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen dalam

bentuk pesentase dan batas. Analisis ini dihitung dengan menggunkan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

KD = koefisien determinasi
R = koefisien korelasi

Dimana apabila:

KD = 0, berarti dampak keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen lemah.

KD = 1, berarti dampak keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen kuat.

Sehingga:

KD = $0{,}420^2 \times 100\%$
= $0{,}18 \times 100\%$
= 18%

Kesimpulan:

Dari analisis di atas diperoleh nilai KD = 0,18 (18%). Berdasarkan interpretasi yang dikemukankan Sugiono (2010:108) dampak sebesar 18% menunjukkan dampak yang cukup berarti dari keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini memberikan arti bahwa variabel X memberikan dampak cukup sebesar 18% terhadap variabel Y, dan sisanya sebesar 82% adalah dampak dari faktor-faktor lain yang diabaikan penulis dalam penelitian.

4.2.6 Uji Hipotesis

Untuk menguji tingkat signifikansi dampak dari variabel keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen 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:

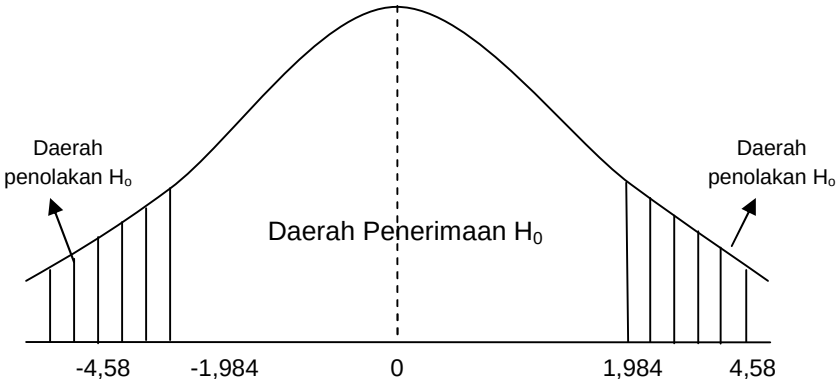
- Jika $t_{\text{-hitung}} > t_{\text{-tabel,}}$ maka Ho ditolak dan H_1 diterima, menunjukkan ada dampak antara keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen.
- Jika $t_{\text{-hitung}} < t_{\text{-tabel,}}$ maka Ho diterima dan H_1 ditolak, menunjukkan tidak ada dampak antara keragaman produk terhadap keutusan pembelian konsumen.

$\alpha = 0{,}05$

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

$$\mathrm{t_{hitung}} = 0{,}420\sqrt{\frac{100-2}{1-\ (0{,}18)^2}}$$

$$\mathrm{t_{hitung}} = 4{,}58$$



Gambar 4.4

Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0

Dengan db = n-2 = 100-2 = 98 dan α = 0,05 untuk pengujian dua sisi, diperoleh nilai t pada tabel distribusi t adalah 1,984.

Dengan demikian t_{hitung} > dari t_{tabel} (4,58 > 1,984) sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya keragaman produk signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesimpulannya variabael keragaman produk berdampak pada variabel keputusan pembelian.