Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Sejarah Perusahaan

Distro Arena Experience berdiri di Bandung pada tanggal 1 Oktober 2002 yang didirikan oleh seseorang bernama Dany Rachmad Subagyo, S.T dan sekaligus pemilik Distro Arena Experience tersebut. Distro Arena Experience berlokasi di jalan Ir.H. Djuanda No.207 Bandung, phone: 022-2506444 dan fax : 022-2500864 dimana tempat ini sekaligus menjadi kantor Distro Arena Experience.

Pertama kali Distro Arena Experience didirikan hanya menjual barang-barang titipan dari beberapa merek orang lain, tapi sekarang ini Distro Arena Experience telah membuat produk sendiri untuk memenuhi kebutuhan konsumennya dan juga telah melebarkan sayapnya ke berbagai kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Padang, Pekanbaru, Yogyakarta, dan Bandung tentunya, dengan cara menitipkan barang-barang hasil produksi Arena Experience ke distro-distro yang ada di kota-kota tersebut.

Distro Arena Experience mempunyai konsep yang di kenal dengan youth culture vs mainstream indie yang berasal dari kata independent yang maksud awalnya adalah anti tren, tetapi keantitrenan itu yang membuatnya malah banyak dicintai orang, akibatnya malah nge-tren.

Distro Arena Experience mempunyai target market yaitu pelajar (usia 15-18 tahun), mahasiswa (usia 18-23 tahun), dan lain-lain. Komposisi barang-barang yang dijual di Distro Arena Experience adalah produk clothing local sebesar 80 persen, kaset

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

dan merchandise band-band indie 15 persen, import shoes 3 persen, dan majalah indie local sebesar 2 persen.

4.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan

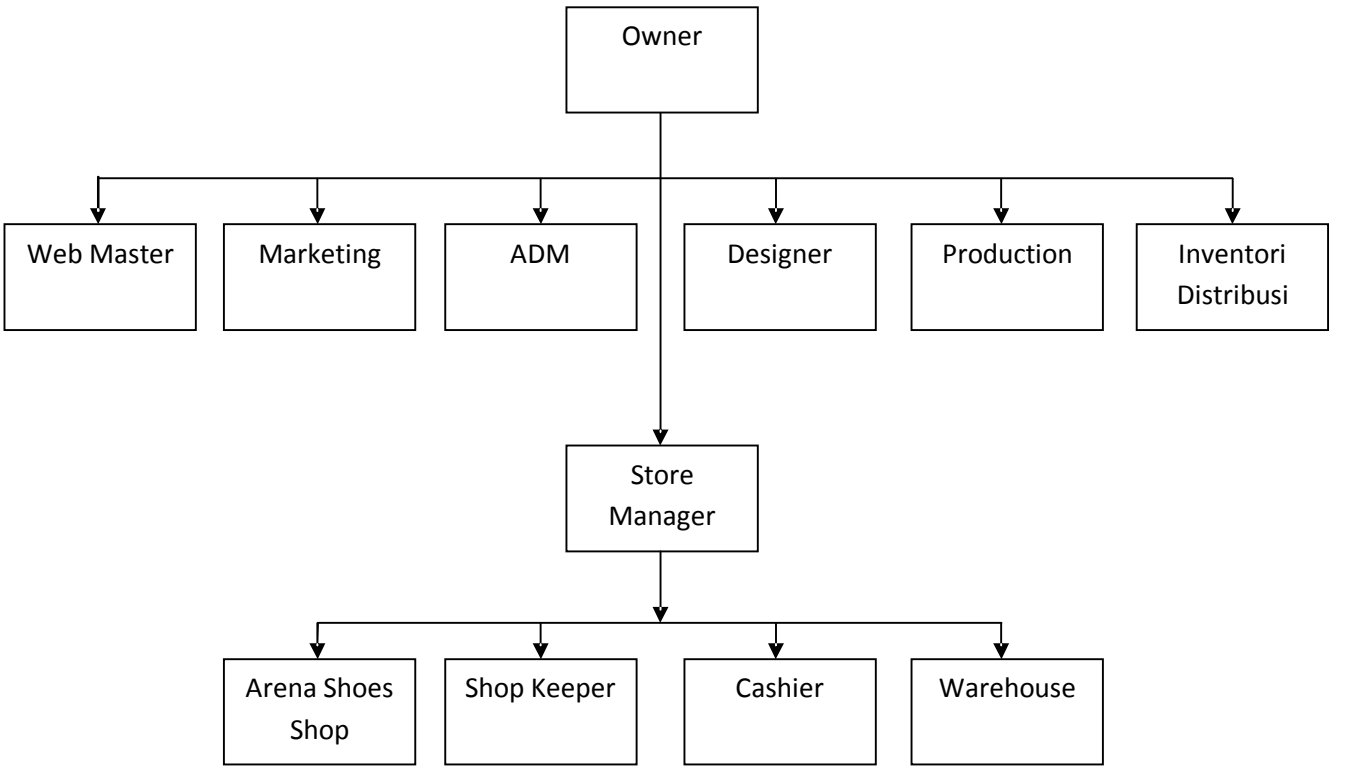
Perusahaan sebagai sebuah organisasi yang jelas sebagai tempat atau wadah usaha kerjasama antara karyawan-karyawan yang bekerja dalam organisasi tersebut. Adanya struktur organisasi yang jelas memudahkan pimpinan untuk mengkoordinasi aktivitas-aktivitas didalam perusahaan agar berjalan sesuai dengan rencana-rencana yang ditetapkan.

Melalui struktur organisasi ini dapat terlihat jelas batasan wewenanang dan tanggung jawab masing-masing bagian, ini akan mempermudah pimpinan untuk melaksanakan pengawasan dan meminta pertanggungjawaban atas tugas yang dibebankan pada masing-masing bagian.

Struktur organisasi dirancang untuk membantu manajemen dalam mengatur dan mengarahkan seluruh aktivitas organisasi, sehingga dapat mempermudah pimpinan dan karyawan untuk mengetahui dan melaksanakan secara jelas tugas, wewenang, dan tanggung jawab masing-masing.

Gambar struktur organisasi Distro Arena Experience dapat dilihat sebagai berikut :

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com



Gambar 4.1

4.1.3. Job Description

Dibawah ini akan dijelaskan beberapa tugas pada bagian-bagian dari struktur organisasi Distro Arena Experience, yaitu :

- Owner

  Merupakan pemilik dari Arena Experience yang secara penuh pemegang perusahaan.

- Web Master

  Bertugas memasarkan produk Arena Experience ke dalam website.

- Marketing

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

Bertugas memasarkan produk Arena baik secara langsung maupun tidak langsung.

- ADM

  Bertugas melaksanakan kegiatan pelayanan kantor, penyediaan fasilitas, dan layanan administrasi perusahaan sesuai ketentuan yang berlaku untuk mendukung kelancaran operasional perusahaan.

- Designer

  Bertugas merancang produk-prduk arena yang akan diproduksi.

- Production

  Bertugas membuat hasil dari rancangan-rancangan yang sudah dibuat terlebih dahulu.

- Inventori Distribusi

- Store Manager

  Bertugas melakukan pengecekan atas daftar permintaan pembelian yang diajukan oleh kepala gudang.

- Arena Shoe Shop

- Shop Keeper

  Bertugas menjaga toko.

- Cashier

  Bertugas mencatat segala transaksi yang terjadi dan mengecek kecermatan penjumlahan tunai dan penagihan piutang dagang.

- Warehouse

  Gudang.

1.1.4. Aspek Perusahaan

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

Visi Arena Experience adalah menjadi penyedia fashion yang terdepan dalam kepuasan pelanggan untuk melayani pasar indonesia dan dunia.Misi Arena yaitu memproduksi, memasok, dan menjual langsung produk fashion pada pasar sasaran untuk kepuasan pelanggan dan stake holder.Strategy Arena yaitu membangun dan mengembangkan brand menjadi brand yang kokoh yg dapat menjadi brand global d kepuasan konsumen terdepan dlm rangka meningkatkan kesehjateraan stakeholder.

Arena mempunyai beberapa produk baru dengan desain terbaru, ditambah dengan berbagai ukuran, dan juga berbagai model baru. Arena telah mengembangkan produknya dengan kualitas yang lebih baik dan mengeluarkan produk dengan beraneka macam pilihan.

Arena Experience merancang, memproduksi dan memasarkan berbagai jenis pakaian seperti t-shirt, polo shirt, jaket, celana, topi, sweater, sandal, dan lain-lain bahan berkualitas tinggi, desain unik, dan inovasi yang konsisten untuk memenuhi tren fashion saat ini telah membuat produk luar biasa yang dipilih oleh anak muda yang berpikiran kualitas.

1.2. Pembahasan Penelitian

Bagian ini merupakan hasil pembahsan dan penelitian yang telah penulis lakukan yang merupakan hasil dari pengolahan data yang diperoleh dari perusahaan lansung ataupun hasil dari pengolahan kuesioner yang penulis sebarkan kepada 67 responden sebagai sampel. Adapun hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1.2.1. Uji kualitas Data

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

Uji kualitas data untuk membuktikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini, baik dalam arti data yang terkumpul sesuai dengan tujuan penelitian dan mampu mengukur apa yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini dan juga data reliable, maka sebelum melakukan analisis lebih lanjut diperlukan uji validitas dan reabilitas.

4.2.1.1. Hasil Uji Rekapitulasi Validitas Dan Reabilitas Variabel X (promosi penjualan)

Uji validitas data dilakukan untuk mengetahui tingkat validitas data dan derajat kebenaran dari suatu proses pengukuran atau pengumpulan data pada instrument penelitian. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pertanyaan – pertanyaan mana yang valid atau tidak valid dengan kritis r = 0.300. apabila alat ukur tersebut < 0.300 maka alat ukur tersebut dinyatakan valid.

Sedangkan uji reabilitas berguna untuk menunujukan sejauh mana suatu hasil pengukuran relative konsisten apabila pengukuran reabilitas menunjukan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan cara perhitunganya dengan menggunakan SPSS 13.0 for windows.

Tabel 4.1
Hasil Uji Rekapitulasi Validitas Dan Reabilitas Variabel X (Promosi Penjualan)

Variabel	Item Pertanyaan	Validitas			Reliabilitas		
		Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan	Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Kesimpulan
X	1	0.344	0.300	Valid	0.788	0.700	Reliabel
	2	0.477	0.300	Valid			
	3	0.479	0.300	Valid			
	4	0.374	0.300	Valid			
	5	0.523	0.300	Valid			
	6	0.460	0.300	Valid			

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

7	0.501	0.300	Valid			
8	0.543	0.300	Valid			
9	0.392	0.300	Valid			
10	0.633	0.300	Valid			
11	0.337	0.300	Valid			
12	0.505	0.300	Valid			
13	0.543	0.300	Valid			
14	0.378	0.300	Valid			
15	0.543	0.300	Valid			

Berdasarkan tabel diatas semua item memilih koefisien validitas lebih besar dari nilai r kritisnya yaitu > 0.300 sehingga dapat disimpulkan bahwa item- item tersebut valid. Dalam artian item- item dapat digunakan untuk mengukur dan menunjukan tingkatan validitas promosi penjualan, dan akan mampu menghasilkan variabel yang akurat sesuai dengan tujuan penelitian.

Kesimpulan

Dari hasil perhitungan diatas maka perhitunganya adalah validitas mampu menghasilkan instrument variabel X (promosi penjualan) pada setiap kuesioner dapat mewakili obyek yang akan diteliti, dimana dari 15 pertanyaan variabel X (promosi penjualan) valid yaitu r hitung > r kritis. Sedangkan reabilitas dari hasil perhitungan diatas sebesar 0,788, maka item variabel X (promosi penjualan) reliable, karena ri > rb, dengan angka 0,788 > 0.700 artinya item- item pertanyaan pada variabel X (promosi penjualan) memiliki tingkat reabilitas yang baik atau dapat dipercaya dan dapat digunakan untuk pengukuran dalam rangka pengolahan data.

4.2.1.2 Hasil Uji Rekapitulasi Validitas dan Reabilitas Variabel Y (keputusan pembelian konsumen)

Tabel 4.2
Hasil Uji Rekapitulasi Validitas dan Reabilitas Variabel Y
(keputusan pembelian konsumen)

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

Variabel	Item Pertanyaan	Validitas			Reliabilitas		
		Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan	Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Y	**1**	0.864	0.300	Valid	0.733	0.700	Reliabel
	2	0.722	0.300	Valid			
	3	0.864	0.300	Valid			
	4	0.620	0.300	Valid			
	5	0.875	0.300	Valid			
	6	0.632	0.300	Valid			
	7	0.875	0.300	Valid			
	8	0.632	0.300	Valid			
	9	0.875	0.300	Valid			
	10	0.875	0.300	Valid			

Berdasarkan tabel diatas seluruh item – item memilih koefisien validitas lebih besar dari nilai r kritisnya yaitu < 0.300 sehingga dapat disimpulkan bahwa item- item tersebut valid. Dalam artian item- item dapat digunakan untuk mengukur dan menunjukan tingkatan validitas keputusan pembelian konsumen, dan akan mampu menghasilkan variabel yang akurat sesuai dengan tujuan penelitian.

Kesimpulan

Dari hasil perhitungan validitas diatas maka perhitunganya adalah > 0.300 maka dapat dinyatakan valid yang mampu menghasilkan instrument variabel Y (keputusan pembelian konsumen) pada setiap kuesioner dapat mewakili obyek yang akan diteliti, dimana dari 10 pertanyaan variabel Y (keputusan pembelian konsumen) valid yaitu r hitung > r kritis. Sedangkan reabilitas dari hasil perhitungan diatas sebesar 0,733, maka item variabel Y (keputusan pembelian konsumen) reliable, karena ri > rb, dengan angka 0,733 > 0.700 artinya item- item pertanyaan pada variabel Y (keputusan pembelian konsumen) memiliki tingkat reabilitas yang baik atau dapat dipercaya dan dapat digunakan untuk pengukuran dalam rangka pengolahan data.

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

4.2.2. Tanggapan Responden Mengenai promosi penjualan yang dilakukan oleh Arena Experience

Tabel 4.3
Saya tertarik dengan potongan harga yang diberikan oleh Arena Experience

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	37	55.22
Setuju	28	41.79
Ragu - ragu	1	1.49
Tidak Setuju	1	1.49
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Total	**67**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden yang tertarik dengan potongan harga yang diberikan Arena sebanyak 37 orang atau 55,22%, alasannya karena potongan harga yang diberikan sangat menguntungkan bagi konsumen. Dan yang menyatakan tidak setuju dan ragu - ragu pada potongan harga yang diberikan Arena sebanyak 1 orang atau 1,49%.

Tabel 4.4
Potongan harga yang diberikan sangat menguntungkan saya

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	7	10.45
Setuju	57	85.07
Ragu - ragu	3	4.48
Tidak Setuju	0	0.00
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Total	**67**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 57 orang atau 85.07%, alasannya karena potongan harga yang diberikan sangat besar dari 10-50%. Dan paling sedikit menyatakan ragu - ragu sebanyak 3 orang atau 4.48% dengan adanya potongan harga.

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

Tabel 4.5
Potongan harga yang diberikan oleh Arena Experience mendorong saya untuk membeli produk Arena

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	16	23.88
Setuju	47	70.15
Ragu - ragu	4	5.97
Tidak Setuju	0	0.00
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Total	**67**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 47 orang atau 70.15% alasannya karena potongan harga yang diberikan oleh Arena Experience mendorong konsumen untuk membeli produk Arena. Dan paling sedikit menyatakan ragu - ragu sebanyak 4 orang atau 5.97% alasannya karena potongan harga yang diberikan oleh Arena Experience tidak mendorong konsumen untuk membeli produk Arena.

Tabel 4.6
Penataan barang yang dilakukan oleh Arena Experience sangat menarik

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	4	5.97
Setuju	58	86.57
Ragu - ragu	4	5.97
Tidak Setuju	1	1.49
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Total	**67**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju atas ketertarikan konsumen dengan adanya penataan barang yang dilakukan oleh Arena sebanyak 58 orang atau 86.57%. Dan yang menyatakan tidak setuju dengan adanya penataan barang yang

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

dilakukan oleh Arena sebanyak 1 orang atau 1,49%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa penataan barang yang dilakukan oleh Arena Experience menarik konsumen untuk melakukan pemilihan produk, melakukan pembelian.

Tabel 4.7
Suasana yang timbul akibat penataan barang yang dilakukan oleh Arena membuat saya merasa nyaman

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	16	23.88
Setuju	41	61.19
Ragu - ragu	7	10.45
Tidak Setuju	2	1.49
Sangat Tidak Setuju	1	1.49
Total	**67**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju atas rasa nyaman dengan suasana yang timbul akibat penataan barang sebanyak 41 orang atau 61.19%. Dan paling sedikit menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,49% yang membuat konsumen tidak merasa nyaman akibat penataan barang yang dilakkan oleh Arena Experience.

Tabel 4.8
Penataan produk yang dilakukan oleh Arena memudahkan saya dalam mencari barang yang dibutuhkan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	14	20.90
Setuju	50	74.63
Ragu - ragu	3	4.48
Tidak Setuju	0	0.00
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Total	**67**	**100**

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 50 orang atau 74.63% dengan penataan produk yang dilakukan oleh Arena yang memudahkan konsumen dalam pencarian barang yang dibutuhkan. Dan paling sedikit menyatakan ragu - ragu sebanyak 3 orang atau 4.48% dengan penataan produk yang dilakukan oleh Arena yang memudahkan konsumen dalam pencarian barang yang dibutuhkan.

Tabel 4.9
Hadiah langsung yang diberikan oleh Arena sangat menarik

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	17	25.37
Setuju	47	70.15
Ragu - ragu	3	4.48
Tidak Setuju	0	0.00
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Total	**67**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 47 orang atau 70.15% atas hadiah langsung yang diberikan oleh Arena. Dan paling sedikit menyatakan ragu - ragu sebanyak 3 orang atau 4.48% atas hadiah langsung yang diberikan oleh Arena.

Tabel 4.10
Manfaat yang diberikan dari hadiah langsung oleh Arena menguntungkan saya

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	4	5.97
Setuju	60	89.55
Ragu - ragu	3	4.48
Tidak Setuju	0	0.00
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Total	**67**	**100**

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 60 orang atau 89.55% atas manfaat yang diberikan dari hadiah langsung yang menguntungkan konsumen yang diberikan oleh Arena. Dan paling sedikit menyatakan ragu - ragu sebanyak 3 orang atau 4.48% atas manfaat yang diberikan dari hadiah langsung yang menguntungkan konsumen yang diberikan oleh Arena

Tabel 4.11
Hadiah yang diberikan oleh Arena membuat saya tertarik untuk membeli produk Arena

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	2	2.99
Setuju	60	89.55
Ragu - ragu	5	7.46
Tidak Setuju	0	0.00
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Total	**67**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 60 orang atau 89.55% atas hadiah yang diberikan oleh Arena yang membuat konsumen tertarik untuk membeli produk Arena. Dan paling sedikit menyatakan ragu - ragu sebanyak 5 orang atau 7.46% atas hadiah yang diberikan oleh Arena yang membuat konsumen tertarik untuk membeli produk Arena.

Tabel 4.12
Pameran dagang yang diselenggarakan oleh Arena sangat menarik

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	20	29.85
Setuju	44	65.67
Ragu - ragu	3	4.48
Tidak Setuju	0	0.00
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Total	**67**	**100**

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 44 orang atau 65.67% atas pameran dagang yang diselenggarakan oleh Arena. Dan paling sedikit menyatakan ragu - ragu sebanyak 3 orang atau 4.48% atas pameran dagang yang diselenggarakan oleh Arena.

Tabel 4.13

Pameran dagang yang diselenggarakan oleh Arena menguntungkan saya dalam pencarian produk Arena

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	24	35.82
Setuju	41	61.19
Ragu - ragu	2	2.99
Tidak Setuju	0	0.00
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Total	**67**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 41 orang atau 61.19% atas pameran dagang yang diselenggarakan oleh Arena yang menguntungkan konsumen dalam pencarian produk Arena. Dan paling sedikit menyatakan ragu - ragu sebanyak 2 orang atau 2.99% atas pameran dagang yang diselenggarakan oleh Arena yang menguntungkan konsumen dalam pencarian produk Arena. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa pameran dagang yang diselenggarakan oleh Arena menguntungkan konsumen dalam pencarian produk untuk melakukan pembelian

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

Tabel 4.14
Pameran dagang yang diberikan oleh Arena dapat mendorong minat beli saya

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	32	47.76
Setuju	35	52.24
Ragu - ragu	0	0.00
Tidak Setuju	0	0.00
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Total	**67**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 35 orang atau 52.24% atas pameran dagang yang diberikan oleh Arena yang dapat mendorong minat beli konsumen. Dan paling sedikit menyatakan Sangat Setuju sebanyak 32 orang atau 47.76% atas pameran dagang yang diberikan oleh Arena yang dapat mendorong minat beli konsumen.

Tabel 4.15
Garansi yang diberikan Arena sangat menarik

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	4	5.97
Setuju	60	89.55
Ragu - ragu	3	4.48
Tidak Setuju	0	0.00
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Total	**67**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 60 orang atau 89.55% atas garansi yang diberikan Arena. Dan paling sedikit menyatakan ragu - ragu sebanyak 3 orang atau 4.48% atas garansi yang diberikan Arena.

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

Tabel 4.16
Garansi yang diberikan oleh Arena menguntungkan saya

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	32	47.76
Setuju	34	50.75
Ragu - ragu	1	1.49
Tidak Setuju	0	0.00
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Total	**67**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 34 orang atau 50.75% atas garansi yang diberikan oleh Arena yang menguntungkan konsumen. Dan paling sedikit menyatakan ragu - ragu sebanyak 1 orang atau 1.49% atas garansi yang diberikan oleh Arena yang menguntungkan konsumen.

Tabel 4.17
Garansi yang diberikan oleh Arena mendorong minat saya untuk membeli produk Arena

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	5	7.46
Setuju	59	88.06
Ragu - ragu	3	4.48
Tidak Setuju	0	0.00
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Total	**67**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 59 orang atau 88.06% atas garansi yang diberikan oleh Arena yang dapat mendorong minat konsumen untuk membeli prduk Arena. Dan paling sedikit menyatakan ragu - ragu sebanyak 3 orang atau 4.48% atas garansi yang diberikan oleh Arena yang dapat mendorong minat konsumen untuk membeli prduk Arena.

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

Untuk mengetahui bagaimana Promosi Penjualan, maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.18
Akumulasi jawaban Responden tentang Promosi Penjualan

Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban dan Frekuensinya					Skor Total
	5	4	3	2	1	
1	37	28	1	1	0	90.15
2	7	57	3	0	0	81.19
3	16	47	4	0	0	83.58
4	4	58	4	1	0	79.40
5	16	41	7	2	1	80.60
6	14	50	3	0	0	83.28
7	17	47	3	0	0	84.18
8	4	60	3	0	0	80.30
9	2	60	5	0	0	79.10
10	20	44	3	0	0	85.07
11	24	41	2	0	0	86.57
12	32	35	0	0	0	89.55
13	4	60	3	0	0	80.30
14	32	34	1	0	0	89.25
15	5	59	3	0	0	80.60
Jumlah Skor Total						**83.54**
Kriteria						**Baik**

Untuk mengkatagorikan penilain responden tentang Promosi Penjualan, maka penulis membuat pengkatagorian dalam garis interval sebagai berikut:

Jarak interval untuk 15 pernyataan dengan 67 orang responden

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

$= - \times 100\%$

$= 20\%$

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

Skor Maksimum = ———————— × 100%

= – × 100%

= 100%

Interval dalam persen = Nilai Indeks Maksimum – Nilai Indeks Minimum

= 100% – 20%

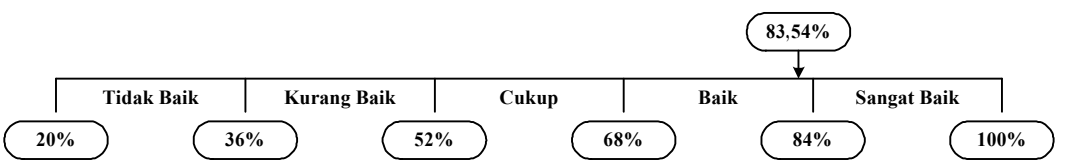
= 80%

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 Promosi Penjualan dalam bentuk garis kontinum adalah sebagai berikut:



Gambar 4.2
Garis Kontinum Promosi Penjualan

Berdasarkan gambar 4.2, jumlah persentase skor tanggapan responden tentang Promosi Penjualan diperoleh skor sebesar 83,54%, dan dalam pengklasifikasian jumlah skor tanggapan

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

responden nilai tersebut termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan pengklasifikasian ini, maka dapat diartikan bahwa tanggapan responden tentang Promosi Penjualan adalah baik.

4.2.3. Tanggapan Responden Mengenai keputusan pembelian konsumen pada produk Arena Experience

Tabel 4.19
Setelah saya melihat adanya promosi penjualan untuk konsumen (potongan harga, display, hadiah, pameran dan garansi) menimbulkan kebutuhan akan produk Arena

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	20	29.85
Setuju	44	65.67
Ragu - ragu	2	2.99
Tidak Setuju	1	1.49
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Total	**67**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 44 orang atau 65.67% setelah konsumen melihat adanya promosi penjualan yang dapat menimbulkan kebutuhan akan produk Arena.

Dan paling sedikit menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,49% setelah konsumen melihat adanya promosi penjualan yang dapat menimbulkan kebutuhan akan produk Arena.

Tabel 4.20
Dengan adanya promosi penjualan membuat saya sadar akan kebutuhan produk Arena

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	4	5.97
Setuju	59	88.06
Ragu - ragu	3	4.48
Tidak Setuju	1	1.49
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Total	**67**	**100**

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 59 orang atau 88.06% dengan adanya promosi penjualan yang membuat konsumen sadar akan kebutuhan produk Arena. Dan paling sedikit menyatakan ragu - ragu sebanyak 3 orang atau 4.48% dengan adanya promosi penjualan yang membuat konsumen sadar akan kebutuhan produk Arena.

Tabel 4.21
Potongan harga, display, hadiah, pameran dan garansi dapat memberikan informasi tentang produk Arena

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	20	29.85
Setuju	44	65.67
Ragu - ragu	2	2.99
Tidak Setuju	1	1.49
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Total	**67**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 44 orang atau 65.67% atas promosi penjualan yang dapat memberikan informasi tentang produk Arena. Dan paling sedikit menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1.49% atas promosi penjualan yang dapat memberikan informasi tentang produk Arena.

Tabel 4.22

Adanya promosi penjualan saya cenderung menimbulkan pencarian informasi tambahan tentang produk Arena

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	6	8.96
Setuju	57	85.07

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

Ragu - ragu	3	4.48
Tidak Setuju	1	1.49
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Total	**67**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 57 orang atau 85.07% dengan adanya promosi penjualan yang membuat konsumen cenderung menimbulkan pencarian informasi tambahan tentang produk Arena. Dan paling sedikit menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,49% dengan adanya promosi penjualan yang membuat konsumen cenderung menimbulkan pencarian informasi tambahan tentang produk Arena. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa adanya promosi penjualan cenderung menimbulkan pencarian informasi yang dilakukan oleh konsumen.

Tabel 4.23

Dengan adanya promosi penjualan yang dilakukan Arena memberikan saya banyak pilihan atas produk Arena

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	25	37.31
Setuju	40	59.70
Ragu - ragu	1	1.49
Tidak Setuju	1	1.49
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Total	**67**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 40 orang atau 59.70% dengan adanya promosi penjualan yang dilakukan oleh Arena memberikan konsumen banyak pilihan atas produk Arena. Dan paling sedikit menyatakan tidak

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

setuju dan ragu - ragu sebanyak 1 orang atau 1,49% dengan adanya promosi penjualan yang dilakukan oleh Arena memberikan konsumen banyak pilihan atas produk Arena.

Tabel 4.24

Adanya promosi penjualan saya cenderung memilih produk yang dipromosikan daripada yang tidak dipromosikan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	15	22.39
Setuju	49	73.13
Ragu - ragu	2	2.99
Tidak Setuju	1	1.49
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Total	**67**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 49 orang atau 73.13% dengan adanya promosi penjualan konsumen cenderung memilih produk yang dipromosikan daripada yang tidak dipromosikan. Dan paling sedikit menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1.49% dengan adanya promosi penjualan konsumen cenderung memilih produk yang dipromosikan daripada yang tidak dipromosikan.

Tabel 4.25

Potongan harga, display, hadiah, pameran dan garansi membantu saya dalam proses memilih produk Arena yang beragam

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	25	37.31
Setuju	40	59.70
Ragu - ragu	1	1.49
Tidak Setuju	1	1.49
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Total	**67**	**100**

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 40 orang atau 59.70% dengan adanya promosi penjualan seperti potongan harga, display, hadiah, pameran dan garansi membantu konsumen dalam proses memilih produk Arena yang beragam. Dan paling sedikit menyatakan tidak setuju dan ragu - ragu sebanyak 3 orang atau 4.48% dengan adanya promosi penjualan membantu konsumen dalam proses memilih produk Arena yang beragam.

Tabel 4.26
Potongan harga, display, hadiah, pameran dan garansi membantu saya untuk memutuskan membeli produk Arena

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	15	22.39
Setuju	49	73.13
Ragu - ragu	2	2.99
Tidak Setuju	1	1.49
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Total	**67**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 49 orang atau 73.13% dengan adanya promosi penjualan membantu konsumen untuk memutuskan membeli produk Arena. Dan paling sedikit menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1.49% dengan adanya promosi penjualan membantu konsumen untuk memutuskan membeli produk Arena.

Tabel 4.27
Saya merasa puas setelah membeli produk yang dipromosikan oleh Arena

Kategori	Frekuensi	Persentase

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

Sangat Setuju	25	37.31
Setuju	40	59.70
Ragu - ragu	1	1.49
Tidak Setuju	1	1.49
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Total	**67**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 40 orang atau 59.70% yang merasa puas setelah membeli produk yang dipromosikan oleh Arena. Dan paling sedikit menyatakan tidak setuju dan ragu - ragu sebanyak 1 orang atau 1.49% yang merasa puas setelah membeli produk yang dipromosikan oleh Arena.

Tabel 4.28
Pelaksanaan promosi penjualan yang dilakukan oleh Arena mendorong saya untuk melakukan pembelian ulang

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	25	37.31
Setuju	40	59.70
Ragu - ragu	1	1.49
Tidak Setuju	1	1.49
Sangat Tidak Setuju	0	0.00
Total	**67**	**100**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 40 orang atau 59.70% atas pelaksanaan promosi penjualan yang dilakukan oleh Arena mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Dan paling sedikit menyatakan tidak setuju dan ragu - ragu sebanyak 1 orang atau 1.49% atas pelaksanaan promosi penjualan yang dilakukan oleh Arena mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan promosi penjualan yang dilakukan oleh Arena mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk Arena.

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

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

Tabel 4.29
Akumulasi jawaban Responden tentang Keputusan Pembelian Konsumen

Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban dan Frekuensinya					Skor Total
	5	4	3	2	1	
1	20	44	2	1	0	84.78
2	9	54	3	1	0	81.19
3	20	44	2	1	0	84.78
4	6	57	3	1	0	80.30
5	25	40	1	1	0	86.57
6	15	49	2	1	0	83.28
7	25	40	1	1	0	86.57
8	15	49	2	1	0	83.28
9	25	40	1	1	0	86.57
10	25	40	1	1	0	86.57
Jumlah Skor Total						**84.39**
Kriteria						**Sangat Baik**

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

Jarak interval untuk 10 pernyataan dengan 67 orang responden

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

$= - \times 100\%$

$= 20\%$

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

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

$= - \times 100\%$

$= 100\%$

Interval dalam persen = Nilai Indeks Maksimum – Nilai Indeks Minimum

$= 100\% - 20\%$

$= 80\%$

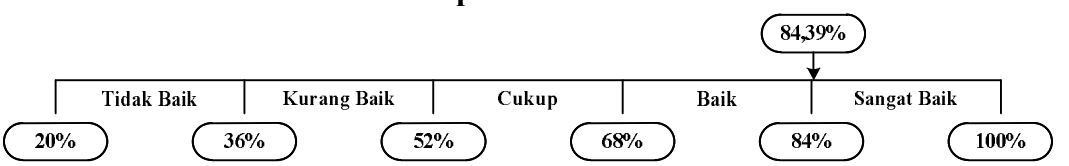
Jarak Interval = Interval : Jenjang (5)

$= 80\% : 5$

$= 16\%$

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

Gambar 4.3
Garis Kontinum Keputusan Pembelian Konsumen



Berdasarkan gambar 4.3, jumlah persentase skor tanggapan responden tentang Keputusan Pembelian Konsumen diperoleh skor sebesar 84,39%, dan dalam pengklasifikasian jumlah skor tanggapan responden nilai tersebut termasuk dalam kategori sangat baik. Berdasarkan pengklasifikasian ini, maka dapat diartikan bahwa tanggapan responden tentang Keputusan Pembelian Konsumen adalah sangat baik.

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

4.3. Analisis Promosi Penjualan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bisnis Distro Arena Experience.

4.3.1. Analisis Regresi

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

Model regresi yang digunakan adalah:

$$Y = a + bX$$

Dengan:

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

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

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

Tabel 4.30
Tabel Bantu Perhitungan Koefisien Regresi

No Resp	Skor Total (X)	Skor Total (Y)	X^2	Y^2	XY
1	56.91	40.92	3238.39	1674.11	2328.39
2	56.91	40.92	3238.39	1674.11	2328.39
3	48.74	40.92	2375.11	1674.11	1994.04
4	50.16	40.92	2516.04	1674.11	2052.35
5	50.16	40.92	2516.04	1674.11	2052.35

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

6	48.74	40.92	2375.11	1674.11	1994.04
7	30.83	12.69	950.67	161.07	391.31
8	40.78	31.68	1662.91	1003.71	1291.93
9	41.36	31.68	1710.45	1003.71	1310.27
10	32.28	31.68	1041.75	1003.71	1022.56
11	47.23	40.92	2231.10	1674.11	1932.64
12	47.23	40.92	2231.10	1674.11	1932.64
…	…	…	…	…	…
67	52.88	38.50	2796.18	1482.42	2035.95
Jumlah	**3,133.89**	**2,362.73**	**148,550.91**	**86,083.75**	**112,039.83**

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

n	=	67
Σ X	=	3133.89
Σ Y	=	2362.73
ΣX^2	=	148550.91
ΣY^2	=	86083.75
Σ XY	=	112039.83

Maka untuk menentukan nilai a dan b adalah sebagai berikut:

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

$$a = \frac{(2362,73)(148550,91) \; - \; (3133,89)(112039,83)}{67(148550,91) \; - \; (3133,89)^2}$$

$a = -1,022$

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

$$b = \frac{67(112039,83) - (3133,89)(2362,73)}{67(148550,91) - (3133,89)^2}$$

$b = 0,776$

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

Sehingga diperoleh model regresi sebagai berikut:

$$Y = -1{,}022 + 0{,}776\ X$$

Nilai konstanta a memiliki arti bahwa ketika X bernilai 0, maka Y bernilai -1,022. Sedangkan koefisien regresi b memiliki arti bahwa pada setiap kenaikan nilai X sebesar 1 unit, maka Y akan meningkat sebesar 0,776 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)	-1.022	5.238		-.195	.846
	X	.776	.111	.654	6.974	.000

a. Dependent Variable: Y

4.3.2. Analisis Korelasi

Untuk mengetahui hubungan Promosi Penjualan dengan Keputusan Pembelian 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 4.28 dapat disimpulkan sebagai berikut:

n	=	67
Σ X	=	3133.89
Σ Y	=	2362.73
ΣX^2	=	148550.91
ΣY^2	=	86083.75
Σ XY	=	112039.83

Maka untuk menentukan nilai r adalah sebagai berikut:

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

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

$$r_{xy} = \frac{(67 \times 112039{,}83) - (3133{,}89)(2362{,}73)}{\sqrt{\left\{(67 \times 148550{,}91) - (3133{,}89)^2\right\}\left\{(67 \times 86083{,}75) - (2362{,}73)^2\right\}}}$$

$$r_{xy} = 0{,}654$$

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

Correlations

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	.654**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	67	67
Y	Pearson Correlation	.654**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	67	67

**. Correlation is significant at the 0.01 level

Berdasarkan pedoman koefisien korelasi yang dikemukakan Sugiono (2004;183), nilai koefisien korelasi sebesar 0,654 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara Promosi Penjualan dengan Keputusan Pembelian. Artinya peningkatan nilai variabel X diiringi pula oleh peningkatan nilai variabel Y.

4.3.3. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis Koefisien Determinasi dipergunakan untuk melihat besarnya kontribusi Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian dalam bentuk persen (%). Analisis ini dihitung dengan menggunkan rumus sebagai berikut:

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

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

Dimana :

KD = koefisien determinasi
r = koefisien korelasi

Sehingga:

KD = $0{,}654^2$ x 100%
= 0,428 x 100%
= 42,8%

Kesimpulan:

Dari analisis di atas diperoleh nilai KD = 0,428 (42,8%). Berdasarkan interpretasi yang dikemukankan Sugiono (2006:108) pengaruh sebesar 42,8% menunjukkan pengaruh yang cukup berarti dari Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini memberikan arti bahwa variabel X memberikan pengaruh yang cukup berarti sebesar 42,8% terhadap variabel Y, dan sisanya sebesar 57,2% adalah pengaruh dari faktor-faktor lain yang diabaikan penulis dalam penelitian.

4.3.4. Pengujian Hipotesis

Untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh dari variabel Promosi Penjualan 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 : Promosi Penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian

H_1 : Promosi Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian

$\alpha = 0{,}05$

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

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

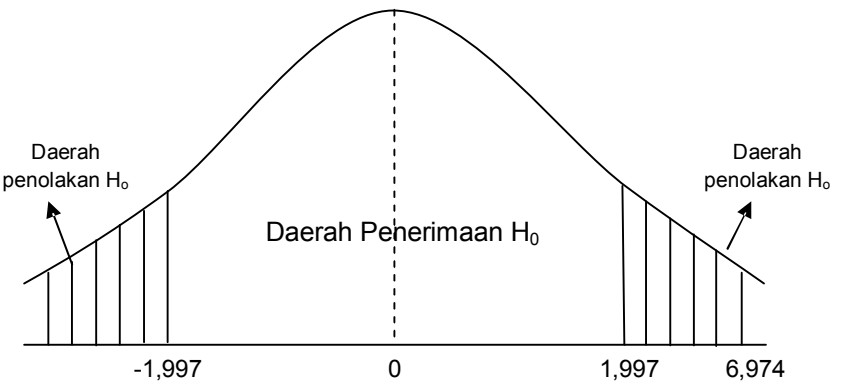
$$t_{hitung} = r\sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

$$t_{hitung} = 0,654\sqrt{\frac{67-2}{1-(0,654)^2}}$$

$$t_{hitung} = 6,974$$

Gambar 4.4

Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0



Dengan db = n-2 = 67-2 = 65 dan α = 0,05 untuk pengujian dua sisi, diperoleh nilai t pada tabel distribusi t adalah 1,997.

Dengan demikian t_{hitung} > dari t_{tabel} (6,974 > 1,997) sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Promosi Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.