BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Butik Batik Tasik merupakan salah satu pelopor *online shop* batik tasik, yang berdiri di situs jejaring sosial *facebook* pada bulan juni 2009 di Tasikmalaya. Pada tanggal 19 Agustus 2009, Butik Batik Tasik membuka *offline shop* yang kini berdiri di daerah kawasan wisata Bandung Utara. Setelah diakuinya batik sebagai warisan dunia (World Herritage) oleh UNESCO pada tanggal 2 Oktober 2009, permintaan akan batik meningkat pesat. Terlebih pemerintah mewajibkan kepada seluruh pegawai/ karyawan Instansi Pemerintah, BUMN dan juga Perusahaan Swasta untuk memakai batik sebagai simbol kebudayaan bangsa Indonesia yang menjadi kebanggaan dan wajib untuk dilestarikan.

Rasa cinta serta kepedulian terhadap seni dan budaya warisan asli leluhur tanah kelahiran, merupakan titik awal berdirinya Butik Batik Tasik. Sebagai putra daerah yang bangga atas budaya daerahnya sendiri, terdorong untuk melakukan sesuatu yang diharapkan dapat memajukan bukan hanya seni dan budaya, tetapi juga kesejahteraan para pengrajin batik, terutama pengrajin kecil yang masih dihadapkan pada berbagai kesulitan, terutama di bidang pemasaran.

Dengan berdirinya Butik Batik Tasik, diharapkan dapat merangkul semakin banyak para pengrajin kecil dan diharapkan dapat menjadi wadah bagi mereka untuk memasarkan produknya tanpa harus menekan maupun memonopoli harga. Sehingga bukan hanya hasil seni budayanya saja yang dikenal, tetapi

diiringi pula dengan meningkatnya taraf kesejahteraan para pengrajinnya yang telah mendedikasikan sebagian besar hidupnya untuk seni batik tersebut.

Dengan meningkatnya tingkat kesejahteraan kehidupan para pengrajin, diharapkan dapat menumbuhkan keinginan generasi muda penerus untuk ikut terus melestarikan seni batik tersebut dan berkeinginan untuk mewarisi dan mengembangkan keahlian yang dimiliki oleh generasi sebelumnya.

4.2 Pembahasan Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini akan dijelaskan gambaran mengenai karakteristik responden dimana yang akan dijadikan responden adalah para konsumen yang melakukan pembelian di Butik Batik Tasik. Jumlah responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 orang. Berikut ini adalah tabel karakteristik identitas responden yang mencakup jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pengeluaran rata-rata perbulan:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Pria	12	24
Wanita	38	76
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Dari Tabel 4.1, bahwa yang mengisi kuesioner dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 24% dan jenis kelamin wanita sebanyak 76%. Dengan demikian yang menjadi mayoritas responden dalam penelitian ini adalah wanita. Hal ini dikarenakan kaum wanita lebih menyukai fashion.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
≤ 25 Tahun	3	6
26-35 Tahun	10	20
36-45 Tahun	18	36
46-55 tahun	15	30
≥ 56 Tahun	4	8
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.2, bahwa yang menjadi responden dalam penelitian ini untuk usia ≤ 25 tahun sebanyak 6%, usia 26-35 tahun sebanyak 20%, usia 36-45 tahun sebanyak 36%, usia 46-55 tahun sebanyak 30% , usia ≥ 56 tahun sebanyak 8%. Dengan demikian yang menjadi mayoritas responden dalam penelitian ini adalah usia 36-45 tahun. Hal ini dikarenakan usia 36-45 tahun termasuk kategori usia produktif.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pelajar	1	2
Mahasiswa	3	6
Wiraswasta	7	14
Pegawai Swasta	11	22
Lainnya	28	56
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.3, karakteristik responden berdasarkan pekerjaan menunjukkan bahwa yang menjadi responden dalam penelitian ini jumlah Pelajar sebanyak 2%, Mahasiswa sebanyak 3%, Wiraswasta sebanyak 7%, Pegawai Swasta sebanyak 11%, dan Pekerjaan Lainnya sebanyak 28%. Dengan demikian yang menjadi mayoritas responden dalam penelitian ini adalah yang mempunyai

pekerjaan yang tidak disebut dalam *option* pertanyaan, seperti misalnya Pegawai Negeri. Hal ini dikarenakan pelajar, mahasiswa maupun pegawai swasta hanya memakai pakaian batik pada saat-saat tertentu saja, misalkan saat pergi ke undangan.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Rata-rata per Bulan

Pengeluaran	Frekuensi	Persentase (%)
≤ Rp. 250.000	3	6
Rp. 250.000 – Rp. 500.000	5	10
Rp. 500.000 – Rp. 750.000	9	18
Rp. 750.000 – Rp. 1.000.000	16	32
≥ Rp. 1.000.000	17	34
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.4, menunjukkan bahwa yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah responden yang pengeluaran perbulannya ≤ Rp.250.000 sebanyak 6%, Rp.250.000-Rp.500.000 sebanyak 10%, Rp.500.000-Rp.750.000 sebanyak 18%, Rp.750.000-Rp.1.000.000 sebanyak 32%, dan ≥ Rp.1.000.000 sebanyak 34%.

Dengan demikian yang menjadi mayoritas responden berdasarkan pengeluaran rata-rata per bulan adalah responden yang pengeluaran rata-rata perbulannya lebih dari Rp.1.000.000. Hal ini disebabkan karena mayoritas responden adalah orang yang mempunyai pekerjaan atau usaha.

Selanjutnya jawaban responden untuk pertanyaan nomor 5 mengenai jumlah kunjungan responden ke Butik Batik Tasik dalam satu bulan, seluruh responden menjawab <3 kali. Hal ini wajar karena tidak semua responden

mempunyai waktu yang luang untuk pergi berbelanja. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan per Bulan

Kunjungan	Frekuensi	Persentase (%)
<3 kali	50	100
3-4 kali	0	0
4-5 kali	0	0
≥5 kali	0	0
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Untuk pertanyaan terakhir mengenai jumlah besar transaksi yang dilakukan responden setiap kali berkunjung ke Butik Batik Tasik, sebanyak 42% responden melakukan transaksi sebesar <Rp.100.000, sebanyak 38% melakukan transaksi sebesar Rp.100.000-Rp.250.000, sebanyak 8% responden melakukan transaksi sebesar Rp. 250.000-Rp.350.000 dan Rp.350.000-Rp.500.000, dan 4% responden melakukan transaksi sebesar >Rp.500.000. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Besar Transaksi Setiap Kunjungan

Besar Transaksi	Frekuensi	Persentase (%)
<Rp100.000	21	42
Rp.100.000-Rp.250.000	19	38
Rp.250.000-Rp.350.000	4	8
Rp.350.000-Rp.500.000	4	8
>Rp.500.000	2	4
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Bauran Eceran

Penulis menyebarkan kuesioner kepada 50 orang responden yang datang dan melakukan pembelian ke Butik Batik Tasik. Kuesioner tersebut terdiri dari dua bagian, yaitu bagian pertama terdiri dari 12 pernyataan yang berkaitan dengan Bauran Eceran dan bagian kedua terdiri dari 10 pernyataan yang berkaitan dengan Keputusan Pembelian Konsumen. Berikut ini adalah penilaian responden mengenai Bauran Eceran yang dilakukan oleh Butik Batik Tasik. Untuk lebih jelasnya diuraikan pada tabel-tabel berikut:

Tabel 4.7
Produk Yang Ditawarkan Beragam Jenisnya

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	16	32
Setuju	27	54
Cukup Setuju	7	14
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.7 mengenai produk yang ditawarkan beragam jenisnya, responden yang menyatakan Sangat Setuju sebanyak 32%, Setuju sebanyak 54%, dan Cukup Setuju sebanyak 14%. Hasil diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan bahwa jenis produk yang ditawarkan Butik Batik Tasik tersebut Beragam. Hal ini dikarenakan Butik Batik Tasik menawarkan produk yang bermacam-macam, mulai dari bahan kain batik hingga aksesoris dan oleh-oleh khas dari kota Tasikmalaya seperti sendal anyaman.

Tabel 4.8
Produk Yang Ditawarkan Bervariasi

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	12	24
Setuju	27	54
Cukup Setuju	11	22
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.8 diketahui bahwa responden yang menyatakan produk Butik Batik Tasik bervariasi, adalah sebagai berikut: Sangat Setuju sebanyak 24%, Setuju sebanyak 54%, dan Cukup Setuju sebanyak 22%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan bahwa produk yang ditawarkan Butik Batik Tasik tersebut Bervariasi. Hal ini dikarenakan Butik Batik Tasik menyediakan produk dengan beragam jenis variasi, seperti misalnya sendal, tidak hanya sendal anyaman saja, tetapi juga tersedia sendal dengan bahan kulit hewan atau lebih dikenal dengan sendal tarumpah.

Tabel 4.9
Harga Yang Ditawarkan Sesuai Dengan Produk

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	11	22
Setuju	27	54
Cukup Setuju	12	24
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.9 mengenai kesesuaian harga yang ditawarkan, yang menyatakan Sangat Setuju sebanyak 22%, Setuju sebanyak 54%, dan Cukup Setuju sebanyak 24%. Data diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden

menyatakan bahwa harga yang ditawarkan di Butik Batik Tasik adalah Sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Hal ini dikarenakan produk Butik Batik Tasik dijual dengan harga pasaran yang dapat ditawar oleh konsumen.

Tabel 4.10
Harga Yang Ditawarkan Menarik Perhatian

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	10	20
Setuju	27	54
Cukup Setuju	13	26
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.10 mengenai harga yang menarik perhatian responden, bahwa responden yang menyatakan Sangat Setuju sebanyak 20%, Setuju sebanyak 54%, dan Cukup Setuju sebanyak 26%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan bahwa harga yang ditawarkan Butik Batik Tasik dapat menarik perhatian konsumen. Hal tersebut dikarenakan harga produk sesuai dengan harga pasar namun dengan tidak mengurangi keuntungan yang didapat.

Tabel 4.11
Iklan Yang Dilakukan Menarik Perhatian

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	6	12
Setuju	44	88
Cukup Setuju	0	0
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.11 mengenai tanggapan responden pada iklan yang dilakukan Butik Batik Tasik dapat menarik perhatian mereka, yang menyatakan

Sangat Setuju sebanyak 12%, dan Setuju sebanyak 88%. Tanggapan responden diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan bahwa promosi dan periklanan yang dilakukan oleh Butik Batik Tasik dapat menarik perhatian konsumen. Hal ini dikarenakan periklanan atau promosi dilakukan dalam bentuk *online* di situs sosial *facebook* dimana kini hampir sebagian besar orang telah memiliki akun situs jejaring sosial tersebut.

Tabel 4.12
Pesan Promosi Yang Disampaikan Mudah Dipahami

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	10	20
Setuju	23	46
Cukup Setuju	17	34
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.12 mengenai kemudahan responden dalam memahami pesan promosi yang dilakukan Butik Batik Tasik, responden yang menyatakan Sangat Setuju sebanyak 20%, Setuju sebanyak 46%, dan Cukup Setuju sebanyak 34%. Hasil tanggapan responden diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan pesan promosi yang dilakukan oleh Butik Batik Tasik mudah dipahami oleh responden. Hal ini sesuai dengan iklan yang dilakukan dengan cara *online* dimana kini semua orang dapat mengakses dunia maya tersebut dengan mudah dan murah.

Tabel 4.13
Karyawan Melayani Konsumen Dengan Ramah

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	11	22
Setuju	24	48
Cukup Setuju	15	30
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.13 mengenai sikap karyawan dalam melayani konsumen dengan ramah, yang menyatakan Sangat Setuju sebanyak 22%, Setuju sebanyak 48%, dan Cukup Setuju sebanyak 30%. Dari hasil tanggapan diatas mayoritas responden menyatakan karyawan Butik Batik Tasik ramah dalam melayani konsumennya. Hal ini dikarenakan Butik Batik Tasik sangat menghargai kehadiran dan kunjungan pelanggan walaupun pelanggan hanya sekedar melihat-lihat.

Tabel 4.14
Karyawan Tanggap Saat Anda Membutuhkan Bantuan

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	11	22
Setuju	26	52
Cukup Setuju	13	26
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.14 mengenai karyawan Butik Batik Tasik yang tanggap saat konsumen membutuhkan bantuan, yang menyatakan Sangat Setuju sebanyak 22%, Setuju sebanyak 52%, dan Cukup Setuju sebanyak 22%. Tanggapan responden tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden

menyatakan karyawan Butik Batik Tasik tanggap dalam melayani konsumen. Hal ini dikarenakan karyawan Butik Batik Tasik sudah mempunyai keahlian dalam melayani pelanggannya dan telah mengganggap pelanggan adalah sumber penghasilan toko.

Tabel 4.15
Suasana Toko Terlihat Menarik

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	10	20
Setuju	28	56
Cukup Setuju	12	24
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.15 mengenai tanggapan responden pada ketertarikan terhadap suasana toko, yang menyatakan Sangat Setuju sebanyak 20%, Setuju sebanyak 56%, dan Cukup Setuju sebanyak 24%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan suasana toko menarik. Hal ini dikarenakan ruangan interior maupun eksterior toko dibuat seklasik mungkin agar terasa berbeda dengan toko lain, selain itu agar dapat menarik pengunjung untuk datang dan melakukan pembelian.

Tabel 4.16
Suasana di Butik Batik Tasik Membuat Anda Nyaman Berbelanja

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	11	22
Setuju	34	68
Cukup Setuju	5	10
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.16 mengenai tanggapan responden terhadap suasana toko yang membuat nyaman berbelanja, yang menyatakan Sangat Setuju sebanyak 22%, Setuju sebanyak 68%, dan Cukup Setuju sebanyak 10%. Hasil tanggapan responden tersebut menunjukkan mayoritas responden menyatakan suasana toko pada Butik Batik Tasik membuat nyaman berbelanja. Hal ini dikarenakan halaman depan di Butik Batik Tasik dilengkapi dengan tanaman dan pohon yang membuat sejuk sekitar toko. Begitu pula didalam ruangan disediakan tempat duduk dari bale-bale yg membuat suasana santai.

Tabel 4.17
Lokasi Toko Mudah Dicapai

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	20	40
Setuju	27	54
Cukup Setuju	3	6
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.17 diketahui tanggapan responden yang menyatakan lokasi Butik Batik Tasik mudah dicapai, yang menyatakan Sangat Setuju sebanyak 40%, Setuju sebanyak 54%, dan Cukup Setuju sebanyak 6%. Hasil data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan lokasi Butik Batik Tasik mudah dicapai. Hal ini dikarenakan Butik Batik Tasik terletak di daerah kawasan wisata Bandung Utara yang selalu padat dikunjungi oleh wisatawan setiap akhir pekannya. Selain itu didukung pula dengan ketersediaan berbagai alat transportasi.

Tabel 4.18
Lokasi Di Toko Aman Saat Parkir Kendaraan

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	19	38
Setuju	27	54
Cukup Setuju	4	8
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.18 mengenai keamanan kendaraan saat parkir di lokasi toko, yang menyatakan Sangat Setuju sebanyak 38%, Setuju sebanyak 54%, dan Cukup Setuju sebanyak 8%. Hasil tersebut menunjukkan mayoritas responden menyatakan aman untuk memarkirkan kendaraan saat berbelanja. Hal ini dikarenakan kendaraan pengunjung terlihat langsung dari ruangan belanja, sehingga menambah rasa aman pengunjung saat berbelanja.

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai Bauran Eceran, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.19
Akumulasi Tanggapan Responden Mengenai Bauran Eceran

Item Pertanyaan	Tanggapan Dan Frekuensinya					Persentase Skor Total
	5	4	3	2	1	
1	16	27	7	0	0	83,6
2	12	27	11	0	0	80,4
3	11	27	12	0	0	79,6
4	10	27	13	0	0	78,8
5	6	44	0	0	0	82,4
6	10	23	17	0	0	77,2
7	11	24	15	0	0	78,4
8	11	26	13	0	0	79,2
9	10	28	12	0	0	79,2
10	11	34	5	0	0	82,4
11	20	27	3	0	0	86,8
12	19	27	4	0	0	86
Rata-rata Persentase Skor Total						**81,17**
Kriteria						**Baik**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Dilihat dari Tabel 4.19, item pertanyaan yang memiliki persentase paling dominan atau tinggi adalah item pertanyaan mengenai Lokasi, yaitu Lokasi Toko Mudah Dicapai dengan total persentase skor sebesar 86,8%. Hasil tanggapan responden tersebut, memberikan arti bahwa lokasi Butik Batik Tasik menjadi faktor yang dinilai paling baik dalam pelaksanaan strategi Bauran Eceran pada Butik Batik Tasik. Sedangkan item pertanyaan yang memiliki persentase paling kecil atau kurang adalah item pertanyaan mengenai Promosi Dan Periklanan, yaitu Pesan Promosi Yang Disampaikan Mudah Dipahami dengan total persentase skor sebesar 77,2%. Hasil tanggapan responden tersebut, menjadikan Promosi dan Periklanan yang dilakukan Butik Batik Tasik sebagai faktor yang masih dirasa kurang atau belum maksimal dalam pelaksanaan strategi Bauran Eceran.

Dalam mengkategorikan penilaian responden tentang Bauran Eceran, penulis membuat pengkategorian dalam garis interval sebagai berikut:

Jarak interval untuk 12 pernyataan dengan 50 orang responden adalah sebagai berikut:

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

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

$= 20\%$

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

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

$= 100\%$

Interval dalam persen = Nilai Indeks Maksimum – Nilai Indeks Minimum

$= 100\% - 20\%$

$= 80\%$

Jarak Interval = Interval : Jenjang (5)

$= 80\% : 5$

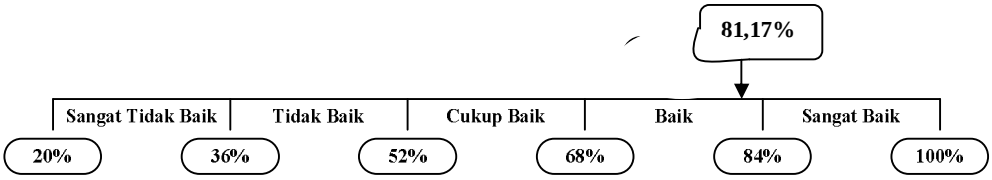
$= 16\%$

Tabel 4.20
Tabel Pengkategorian Skor Jawaban Responden

Persen 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 – 100.00	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono, 2006:183

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



Gambar 4.1
Garis Kontinum Bauran Eceran

Berdasarkan Gambar 4.1, skor total dari tanggapan responden tentang Bauran Eceran adalah sebesar 81,17%, dan berada di rentang antara 68 - 84% dengan kriteria baik. Hasil pengklasifikasian tersebut dapat diartikan bahwa tanggapan responden tentang Bauran Eceran adalah Baik.

4.2.3 Keputusan Pembelian Konsumen

Berikut ini adalah penilaian responden mengenai Keputusan Pembelian pada Butik Batik Tasik. Keputusan Pembelian pada Butik Batik Tasik terdiri dari Pengenalan Kebutuhan, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian, dan Perilaku Pasca Pembelian.

Untuk lebih jelasnya diuraikan dalam tabel-tabel sebagai berikut:

Tabel 4.21
Butik Batik Tasik Menyediakan Kebutuhan Anda

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	14	28
Setuju	28	56
Cukup Setuju	8	16
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.21 mengenai Butik Batik Tasik yang menyediakan kebutuhan responden, yang menyatakan Sangat Setuju sebanyak 28%, Setuju sebanyak 56%, dan Cukup Setuju sebanyak 16%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa produk yang dibutuhkan oleh responden tersedia di Butik Batik Tasik. Hal ini dikarenakan saat ini pakaian batik sudah menjadi pakaian wajib bagi pegawai pemerintah maupun pegawai kantor.

Tabel 4.22
Kebutuhan Anda Terhadap Produk Butik Batik Tinggi

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	17	34
Setuju	25	50
Cukup Setuju	8	16
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.22 mengenai tanggapan responden tentang tingkat kebutuhannya yang tinggi terhadap produk Butik Batik Tasik, yang menyatakan Sangat Setuju sebanyak 34%, Setuju sebanyak 50%, dan Cukup Setuju sebanyak 16%. Hasil tanggapan diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat kebutuhan yang tinggi terhadap produk yang ditawarkan Butik Batik Tasik. Hal ini dikarenakan pakaian batik kini menjadi kebutuhan dalam berpakaian saat ini setelah diwajibkannya berpakaian batik setiap hari tertentu.

Tabel 4.23
Anda Mendapatkan Informasi Butik Batik Tasik Dari Orang Lain

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	14	28
Setuju	27	54
Cukup Setuju	9	18
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.23 mengenai informasi yang didapat responden berasal dari orang lain, yang menyatakan Sangat Setuju sebanyak 28%, Setuju sebanyak 54%, dan Cukup Setuju sebanyak 18%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan informasi mengenai Butik Batik Tasik berasal dari orang lain. Hal ini dikarenakan adanya informasi dari mulut ke mulut yang disampaikan oleh responden yang telah berbelanja dan mendapatkan kepuasan sehingga mereka menceritakan pengalaman belanja mereka di Butik Batik Tasik.

Tabel 4.24
Anda Akan Mencari Informasi Lebih Lanjut Mengenai Butik Batik Tasik

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	21	42
Setuju	29	58
Cukup Setuju	0	0
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.24 mengenai pencarian informasi lebih lanjut mengenai produk Butik Batik Tasik, responden yang menyatakan Sangat Setuju sebanyak 42%, dan Setuju sebanyak 58%. Tanggapan responden tersebut

menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai produk Butik Batik Tasik. Hal ini dikarenakan setiap produk baru akan dilaunching dan ditawarkan lebih dulu di fasilitas *online facebook*.

Tabel 4.25
Butik Batik Tasik menjadi Alternatif Pilihan Anda Dalam Berbelanja

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	10	20
Setuju	19	38
Cukup Setuju	21	42
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.25 mengenai tanggapan responden yang menjadikan Butik Batik Tasik sebagai alternatif pilihan dalam berbelanja, responden yang menyatakan Sangat Setuju sebanyak 20%, Setuju sebanyak 38%, dan yang menyatakan Cukup Setuju sebanyak 42%. Hasil tanggapan tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan Cukup Setuju bila mereka menjadikan Butik Batik Tasik sebagai tempat belanja alternatif, karena Butik Batik Tasik menjual produk khusus batik yang khas dan asli berasal dari daerah Tasikmalaya.

Tabel 4.26
Anda Akan Mencari Alternatif Lain Selain Butik Batik Tasik

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	16	32
Setuju	27	54
Cukup Setuju	7	14
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.26 mengenai tanggapan responden terhadap pencarian alternatif lain selain Butik Batik Tasik, yang menyatakan Sangat Setuju sebanyak 16%, Setuju sebanyak 54% dan Cukup Setuju sebanyak 14%. Hasil tersebut menunjukkan mayoritas responden menyatakan Setuju bahwa mereka akan mencari alternatif pilihan lain untuk berbelanja. Hal ini dikarenakan konsumen saat ini lebih mencari kepuasan berbelanja yang mungkin akan mereka dapat di tempat lain.

Tabel 4.27
Anda Terdorong Untuk Melakukan Pembelian

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	16	32
Setuju	27	54
Cukup Setuju	7	14
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.27 mengenai responden yang terdorong untuk melakukan pembelian di Butik Batik Tasik, responden yang menyatakan Sangat Setuju sebanyak 32%, Setuju sebanyak 54%, dan yang menyatakan Cukup Setuju sebanyak 14%. Hasil tanggapan tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa responden terdorong untuk membeli produk di Butik Batik Tasik karena adanya kebutuhan akan produk yang ditawarkan oleh Butik Batik Tasik.

Tabel 4.28
Anda Merasa Yakin Dengan Keputusan Pembelian Anda

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	12	24
Setuju	27	54
Cukup Setuju	11	22
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.28 mengenai keyakinan responden terhadap keputusan pembelian diketahui bahwa responden yang menyatakan Sangat Setuju sebanyak 24%, Setuju sebanyak 54%, dan Cukup Setuju sebanyak 22%. Tanggapan responden tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan yakin terhadap keputusan pembelian yang dilakukannya di Butik Batik Tasik karena sebagian besar responden meyakini kualitas barang yang ditawarkan sesuai dengan harga yang mereka keluarkan atas produk tersebut.

Tabel 4.29
Anda Merasa Puas Terhadap Produk Yang Dibeli

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	11	22
Setuju	26	52
Cukup Setuju	13	26
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.29 mengenai kepuasan pembelian produk Butik Batik Tasik, diketahui bahwa responden yang menyatakan Sangat Setuju sebanyak 22%, menyatakan Setuju sebanyak 52%, dan menyatakan Setuju sebanyak 26%. Hasil tanggapan tersebut menunjukkan mayoritas responden menyatakan puas terhadap

produk yang ditawarkan Butik Batik Tasik, karena mereka merasakan sensasi yang berbeda saat berbelanja di Butik Batik Tasik.

Tabel 4.30
Anda Bersedia Merekomendasikan Butik Batik Tasik Kepada Orang Lain

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	6	12
Setuju	44	88
Cukup Setuju	0	0
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**50**	**100**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.30 mengenai kesediaan responden untuk merekomendasikan produk Butik Batik Tasik kepada orang lain, diketahui bahwa responden yang menyatakan Sangat Setuju sebanyak 12%, dan yang menyatakan Setuju sebanyak 8%. Hasil tanggapan tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan bersedia untuk merekomendasikan produk Butik Batik Tasik kepada orang lain. Hal ini dikarenakan responden merasakan kepuasan saat berbelanja di Butik Batik Tasik.

Untuk mengetahui bagaimana skor tanggapan responden mengenai Keputusan Pembelian Konsumen, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.31
Akumulasi Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian

Item Pertanyaan	Tanggapan Dan Frekuensinya					Persentase Skor Total
	5	4	3	2	1	
1	14	28	8	0	0	82
2	17	25	8	0	0	84
3	14	27	9	0	0	82
4	21	29	0	0	0	88
5	10	19	21	0	0	76
6	16	27	7	0	0	84
7	16	27	7	0	0	84
8	12	27	11	0	0	80
9	11	26	13	0	0	79
10	6	44	0	0	0	82
Rata-rata Persentase Skor Total						**82,10**
Kriteria						**Baik**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Dilihat dari Tabel 4.31, item pertanyaan yang memiliki persentase paling dominan atau tinggi adalah item pertanyaan mengenai indikator Pencarian Informasi, yaitu Anda Akan Mencari Informasi Lebih Lanjut Mengenai Butik Batik Tasik dengan total persentase sebesar 88%. Hasil tanggapan responden tersebut, memberikan arti bahwa pengaruh dari pelaksanaan strategi Bauran Eceran mempengaruhi responden untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai produk yang ditawarkan Butik Batik Tasik. Sedangkan item pertanyaan yang memiliki persentase paling kecil atau kurang adalah item pertanyaan mengenai Evaluasi Alternatif, yaitu Butik Batik Tasik Menjadi Alternatif Pilihan Dalam Berbelanja dengan total persentase sebesar 76%. Hasil tanggapan responden tersebut, memberikan arti bahwa pelaksanaan strategi Bauran Eceran yang

dilakukan Butik Batik Tasik cukup mempengaruhi responden untuk menjadikan Butik Batik Tasik sebagai alternatif pilihan berbelanja.

Dalam mengkategorikan penilaian responden tentang Keputusan Pembelian, penulis membuat pengkategorian dalam garis interval sebagai berikut: Jarak interval untuk 10 pernyataan dengan 50 orang responden adalah sebagai berikut:

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

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

$= 20\%$

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

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

$= 100\%$

Interval dalam persen = Nilai Indeks Maksimum – Nilai Indeks Minimum

= 100% – 20%

= 80%

Jarak Interval = Interval : Jenjang (5)

= 80% : 5

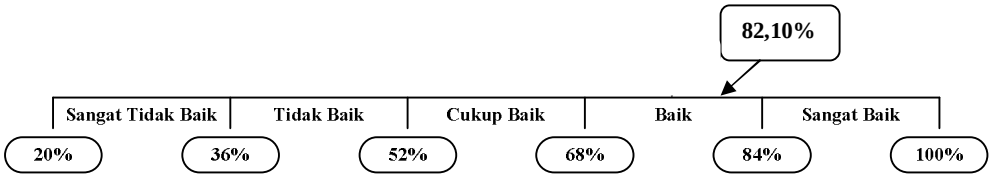
= 16%

Tabel 4.32
Tabel Pengkategorian Skor Jawaban Responden

Persen 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 – 100.00	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono, 2006:183

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



Gambar 4.2
Garis Kontinum Keputusan Pembelian

Berdasarkan Gambar 4.2, skor total dari tanggapan responden tentang Keputusan Pembelian Konsumen adalah sebesar 82,10%, dan berada di rentang 68 - 84% yang termasuk kriteria baik. Pengklasifikasian tersebut dapat diartikan bahwa tanggapan responden tentang Keputusan Pembelian Konsumen adalah Baik.

4.2.4 Hasil Uji Hipotesis

Pada bagian ini penulis akan sajikan hasil uji hipotesis mengenai Pelaksanaan Bauran Eceran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Butik Batik Tasik di Bandung dimana untuk mengetahuinya penulis melakukan pengolahan data dengan analisis statistik Regresi Sederhana, Koefisien Korelasi Product Moment Method (Pearson), dan Koefisien Determinasi Serta Pengujian Hipotesis.

4.2.4.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Penggunaan analisis regresi linier sederhana bertujuan untuk membuat model matematis dari pengaruh Bauran Eceran terhadap Keputusan Pembelian

sehingga dari model tersebut diketahui besarnya perubahan terhadap Keputusan Pembelian jika dilaksanakan strategi Bauran Eceran, maka dilakukan perhitungan seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2006:204) sebagai berikut:

Model regresi yang digunakan adalah:

$$\mathbf{Y = a + bX}$$

Dimana:

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

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

Dengan menggunakan rumus regresi maka perhitungan dapat dilakukan dengan menggunakan tabel bantu seperti dibawah ini:

Tabel 4.33
Tabel Bantu Perhitungan Koefisien Regresi

NO	X	Y	X^2	Y^2	XY
1	49	45	2401	2025	2205
2	28.13788	21.80555	791.7401	475.482	613.5618
3	25.6405	22.8464	657.4353	521.958	585.7932
4	35.82667	30.73661	1283.551	944.7389	1101.19
5	32.33758	27.53563	1045.719	758.211	890.4357
6	30.93647	25.994	957.0652	675.6878	804.1625
7	29.5634	25.80488	873.9947	665.8921	762.8802
8	28.19246	20.4761	794.8146	419.2707	577.2716
9	25.68398	17.97243	659.6666	323.0082	461.6034
10	25.7098	23.52794	660.9937	553.5639	604.8985
11	29.56072	26.2077	873.8361	686.8436	774.7185
12	27.11306	27.27016	735.1179	743.6614	739.3773
13	32.91402	26.83493	1083.332	720.1133	883.2452
14	35.71279	27.93274	1275.403	780.2377	997.5559
15	31.11267	24.60017	967.998	605.1684	765.3769

NO	X	Y	X^2	Y^2	XY
16	28.37346	23.41156	805.0534	548.1012	664.267
17	27.38831	26.04586	750.1194	678.3866	713.352
18	21.69054	23.10602	470.4794	533.8882	501.182
19	29.54959	21.85319	873.1785	477.5621	645.753
20	25.53998	19.26303	652.2907	371.0643	491.9774
21	18.66928	12.49954	348.5419	156.2384	233.3573
22	31.11267	28.62848	967.998	819.5901	890.7084
23	28.60898	22.17341	818.4738	491.6603	634.3588
24	22.95131	15.13771	526.7625	229.1501	347.4301
25	25.50953	19.16909	650.7359	367.454	488.9944
26	32.58626	20.71569	1061.864	429.1397	675.0468
27	27.19099	18.12596	739.3497	328.5505	492.8627
28	25.73977	21.61042	662.5358	467.0102	556.2472
29	23.04348	19.28363	531.0018	371.8583	444.3618
30	43.44409	34.43484	1887.389	1185.758	1495.99
31	34.81386	29.95641	1212.005	897.3867	1042.898
32	31.01314	20.56673	961.8148	422.9903	637.8388
33	35.78753	20.5009	1280.747	420.2869	733.6765
34	25.87622	16.76992	669.5788	281.2302	433.9421
35	29.6874	28.86508	881.3418	833.1928	856.9292
36	21.37124	19.26303	456.7301	371.0643	411.6749
37	26.69083	22.89688	712.4006	524.2673	611.1369
38	20.22408	18.29349	409.0133	334.6519	369.969
39	28.43291	18.21184	808.4304	331.6712	517.8157
40	17.61027	21.04519	310.1217	442.9002	370.6116
41	31.86567	17.68673	1015.421	312.8203	563.5993
42	28.47472	18.17959	810.8096	330.4976	517.6588
43	28.39082	18.03934	806.0386	325.4176	512.1515
44	18.96057	12.72562	359.5032	161.9415	241.2851
45	26.85891	20.4761	721.4011	419.2707	549.9657
46	12	10	144	100	120
47	21.98846	16.666	483.4925	277.7557	366.4598
48	40.04128	27.14493	1603.304	736.8475	1086.918
49	26.83346	20.69671	720.0345	428.354	555.3644
50	31.11267	24.94923	967.998	622.464	776.237
TOTAL	**1416.874**	**1122.937**	**42141.63**	**26929.26**	**33319.09**

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.33, didapat hasil perhitungan sebagai berikut:

N = 50

ΣX = 1416,874

ΣY = 1122,937

ΣX^2 = 42141,63

ΣY^2 = 26929,26

ΣXY = 33319,09

Maka untuk menentukan nilai a dan b adalah sebagai berikut:

$$a = \frac{(\Sigma Y)(\Sigma X^2) - (\Sigma X)(\Sigma XY)}{n\,\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$

$$a = \frac{(1122{,}937)(42141{,}63) - (1416{,}874)(33319{,}09)}{50(42141{,}63) - (1416{,}874)^2}$$

$$a = 1{,}140$$

$$b = \frac{n\,\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{50(33319{,}09) - (1416{,}874)(1122{,}937)}{50(42141{,}63) - (1416{,}874)^2}$$

$$b = 0{,}752$$

Sehingga diperoleh model regresi sebagai berikut:

Y = 1,140 + 0,752 X

Nilai konstanta a memiliki arti bahwa ketika X bernilai 0, maka Y bernilai 1,140. Sedangkan koefisien regresi b memiliki arti bahwa pada setiap kenaikan nilai X sebesar 1 unit, maka Y akan meningkat sebesar 0,752 unit.

Jika dilakukan penghitungan dengan menggunakan software *SPSS 15.0 for windows*, maka output yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

Table 4.34
Nilai Koefisien Regresi Linier Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1.140	2.267		.503	.617
	Bauran Eceran	.752	.078	.812	9.636	.000

a Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen

4.2.4.2 Analisis Koefisien Korelasi Product Moment Method (Pearson)

Untuk mengetahui besarnya hubungan antara Bauran Eceran dengan Keputusan Pembelian Konsumen maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus koefisien korelasi product moment method (Pearson) sebagai berikut:

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

Berdasarkan Tabel 4.33 didapat hasil perhitungan sebagai berikut:

$N = 50$

$\Sigma X = 1416{,}874$

$\Sigma Y = 1122{,}937$

$\Sigma X^2 = 42141{,}63$

$\Sigma Y^2 = 26929{,}26$

$\Sigma XY = 33319{,}09$

Untuk menentukan nilai korelasi adalah sebagai berikut:

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

$$r_{xy} = \frac{50(33319{,}09)-(1416{,}874)(1122{,}937)}{\sqrt{\{50(42141{,}63)-(1416{,}874)^2\}\{50(26929{,}26)-(1122{,}937)^2\}}}$$

$r_{xy} = 0{,}812$

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

Table 4.35
Nilai Koefisien Korelasi Product Moment Method (Pearson)

		Bauran Eceran	Keputusan Pembelian Konsumen
Bauran Eceran	Pearson Correlation	1	.812(**)
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	50	50
Keputusan Pembelian Konsumen	Pearson Correlation	.812(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	50	50

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

Tabel 4.36
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi Product Moment Method (Pearson)

Interval Koefisien	Tingkat Keeratan
0,00 - 0,199	Sangat Lemah
0,20 - 0,399	Lemah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	**Sangat Kuat**

Sumber : Sugiyono (2006:183)

Dari Tabel 4.36 mengenai pedoman koefisien korelasi yang dikemukakan Sugiyono (2006:183), nilai koefisien korelasi sebesar 0,812 menunjukkan hubungan yang Sangat Kuat antara Bauran Eceran dengan Keputusan Pembelian Konsumen. Artinya setiap peningkatan nilai variabel Bauran Eceran akan diiringi pula oleh peningkatan nilai variable Keputusan Pembelian Konsumen.

4.2.4.3 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis Koefisien Determinasi dipergunakan untuk melihat besarnya kontribusi Pengaruh Bauran Eceran terhadap Keputusan Pembelian dalam bentuk persen (%). Analisis ini dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

KD = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

Sehingga:

$KD = 0{,}812^2 \times 100\%$

$= 0{,}659 \times 100\%$

$= 65{,}93\%$

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

Table 4.37
Nilai Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812(a)	.659	.652	3.48388

a Predictors: (Constant), Bauran Eceran

Tabel 4.38
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi

Pertanyaan	Keterangan
< 4	Pengaruh Lemah Sekali
5 – 16	Pengaruh Lemah Tapi Pasti
17 – 49	Pengaruh Cukup Berarti
50 – 80	Pengaruh Kuat
> 80	Pengaruh Kuat Sekali

Sumber: Sugiyono (2006:227)

Kesimpulan:

Dari analisis diatas diperoleh nilai KD = 0,659 (65,93%). Berdasarkan Tabel 4.38 mengenai pedoman interpretasi koefisien determinasi yang dikemukakan oleh Sugiyono, pengaruh sebesar 65,93% menunjukkan pengaruh yang tinggi atau kuat dari Bauran Eceran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Hal ini memberikan arti bahwa variabel Bauran Eceran memberikan pengaruh yang tinggi sebesar 65,93% terhadap variabel Keputusan Pembelian Konsumen, dan sisanya sebesar 34,07% adalah pengaruh dari faktor-faktor lain yang diabaikan penulis dalam penelitian.

4.2.4.4 Pengujian Hipotesis

Untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh dari variabel Bauran Eceran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen maka dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan rumus uji t sebagai berikut:

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

Dengan derajat kebebasan (dk) = n – 2

Dimana:

t = statistik uji korelasi

r = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

n = banyaknya sampel dalam penelitian

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H_0 : Bauran Eceran tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian
- H_1 : Bauran Eceran berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian

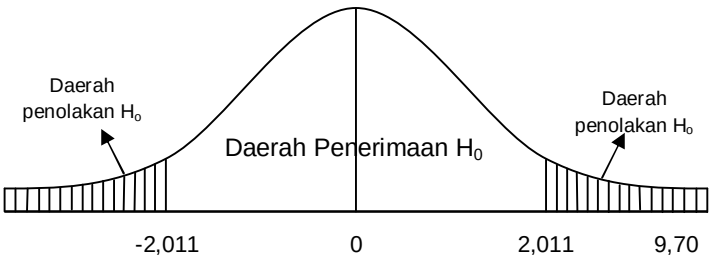
Dengan α = 0,05 (tingkat kesalahan 5%).

Dengan mengacu pada tingkat signifikansi 5% secara dua arah, maka hasil perhitungan pengujian hipotesis dapat dilihat sebagai berikut:

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

$$t = \frac{0{,}812\sqrt{50-2}}{\sqrt{1-0{,}812^2}}$$

t = 9,70



Gambar 4.3
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0

Untuk menentukan nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel distribusi t atau lampiran Critical Value dengan jumlah responden tertentu. Dengan derajat kebebasan (dk) = n - 2

= 50 - 2

= 48

dan tingkat kesalahan (α) = 0,05 untuk pengujian dua sisi, diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,011. Dengan demikian didapat hasil bahwa t_{hitung} > dari t_{tabel} (9,70 > 2,011) sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Bauran Eceran berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

Dari semua hasil perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Bauran Eceran mempunyai korelasi yang kuat dan positif (+) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, ditunjukkan oleh angka hasil korelasi yang tinggi yaitu sebesar 0,812. Ini berarti bahwa apabila Bauran Eceran diterapkan dengan baik dan berhasil, maka Keputusan Pembelian Konsumen akan meningkat.

Bauran Eceran juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, ditunjukkan oleh hasil uji t dari besarnya t_{hitung} yaitu t_{hitung} > dari t_{tabel} (9,70 > 2,011). Hal ini membuktikan kebenaran dari hipotesis penelitian yang berbunyi: ***"Terdapat Pengaruh Antara Pelaksanaan Bauran Eceran pada Butik Batik Tasik terhadap Keputusan Pembelian Konsumen"***.

Setelah mendapatkan hasil dari perhitungan di atas baik perhitungan secara manual maupun menggunakan software *SPSS 15.0 For Windows*, hasilnya adalah Bauran Eceran dan Keputusan Pembelian Konsumen sudah baik, serta adanya pengaruh yang kuat dan signifikan antara pengaruh Bauran Eceran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Hal tersebut membuktikan teori yang dikemukakan oleh Cristina Widya Utami (2006:239) sebagai berikut:

"Retail Mix adalah kombinasi dari elemen-elemen yang digunakan oleh pengecer untuk memuaskan kebutuhan konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka."

Dapat disimpulkan bahwa Bauran Eceran pada Butik Batik Tasik di Bandung telah berjalan dengan baik sehingga Keputusan Pembelian Konsumen akan semakin meningkat seiring dengan peningkatan pelaksanaan strategi bauran eceran dan telah teruji sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Cristina Widya Utami tersebut.