BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Blossom Factory Outlet didirikan pada tanggal 10 Oktober 2000, di kantor pusat yang beralamat di Jl. Sriwijaya No.03 Bandung dengan misi ingin membantu program wisata kota Bandung. Factory Outlet saat ini menjadi salah satu tujuan wisata belanja bagi mereka yang berakhir pekan di kota Bandung dengan nama asal Kosmo Factory Outlet.

Pada bulan Juli 2001, pihak Blossom melebarkan sayapnya ke daerah luar kota, dan kota yang dipilih adalah Yogyakarta yang terkenal dengan kota pelajar, sehingga sasarannya adalah para pelajar dan mahasiswa selain para turis yang berwisata ke Yogyakarta. Sementara itu nama outlet yang dipilihpun masih Kosmo Factory Outlet.

Mengingat besarnya minat masyarakat untuk berbelanja di Factory Outlet, pada bulan November tahun 2003 pihak manajemen Blossom, membuka cabang baru yang kali ini memilih tempat yang lebih strategis sebagai tujuan wisata yaitu yang beralamatkan di Jl. Ir. H. Djuanda No. 112 Bandung yang lebih dikenal dengan daerah Dago.

Konsep yang disajikan pun berbeda dengan yang sebelumnya, yaitu lebih menekankan pada konsep kekeluargaan. Dengan nama toko Blossom Family

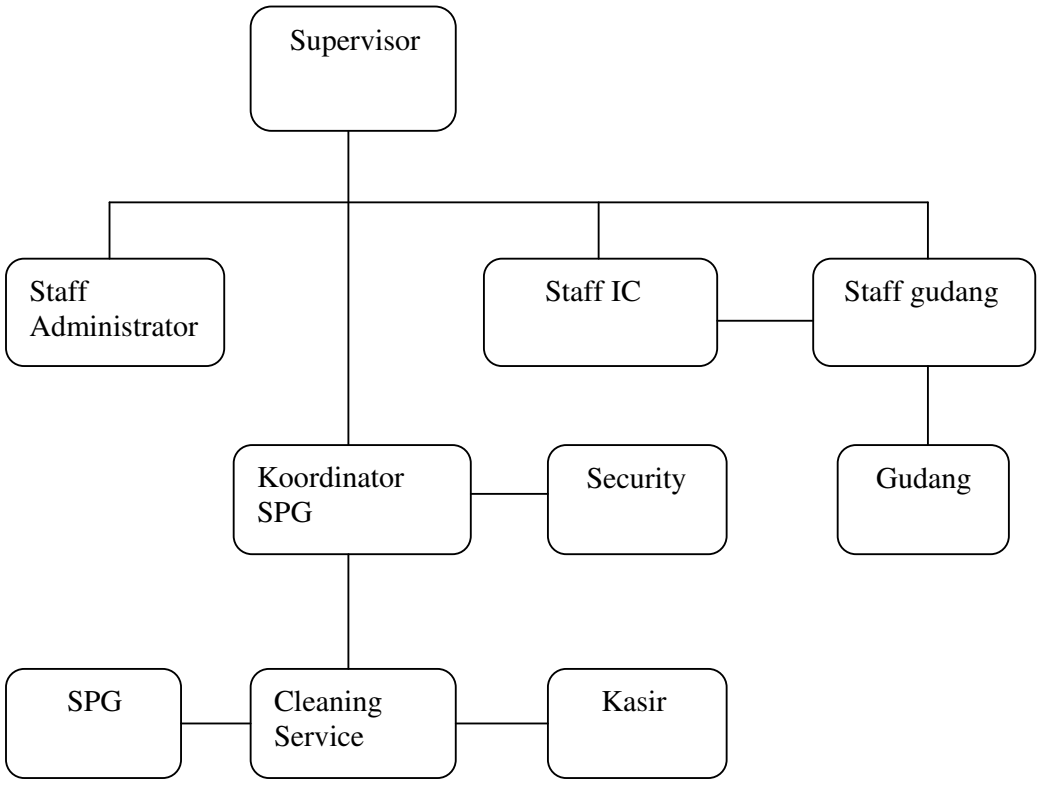
Outlet, dimana outlet ini diharapkan akan menjadi tempat wisata untuk belanja dengan nyaman dan santai.

Empat tahun kemudian tepatnya Agustus 2007 Blossom membuka cabangnya kembali di Bandung Barat tepatnya di Jl. Pasir Kaliki (Paskal) yang berada di lokasi PASKAL HYPER SQUARE. Pada bulan Desember 2007, Blossom Family Outlet kembali membuka cabangnya di daerah Bogor yang beralamat di Jl. Pajajaran No.19, yang mana kota ini sering menjadi tempat pilihan untuk bersantai warga Jakarta.

Pada bulan Desember tahun 2008, Blossom kembali menambah cabangnya di kota Bandung, kali ini lokasi yang dipilih adalah Jalan Riau Bandung dimana ditempat ini menjadi salah satu tempat yang banyak terdapat Factory Outlet selain Blossom.

Dengan terus berkembangnya Blossom yang meramaikan dunia fashion, membuktikan keberadaan Blossom diminati oleh masyarakat Bandung dan luar kota, seiring dengan itu Blossom pun terus meningkatkan kualitas barang yang disajikan agar lebih memuaskan para konsumennya, sehingga terus diharapkan dapat membantu program Pemerintah untuk menjadikan Kota Bandung sebagai kota wisata, dan membantu program wisata di kota Indonesia.

4.1.2 Struktur Organisasi



Gambar 4.1
Struktur Organisasi

4.1.3 Deskripsi Tugas

Berikut adalah uraian pekerjaan (*job description*) masing-masing jabatan pada Blossom Factory Outlet Dago :

1. Supervisor
    a. Mengatur operasional toko
    b. Mengkoordinasi tugas kepada karyawan
    c. Pembentukan tim bagi program khusus

d. Rolling daftar tugas (mengatur shift kerja)
e. Koordinasi pelaksanaan stok
f. Koordinasi dalam hal pengadaan barang dagangan

2. Staff Administrasi
   a. Menerima dan mengecek daftar faktur dari bagian komputerisasi
   b. Melakukan kegiatan administrasi perpajakan dan perbankan
   c. Melakukan kegiatan pengembangan sistem dan prosedur yang berkaitan dengan administrasi keuangan dan akuntasi
3. Staff IC (*Coordinator Inventory Control*)
   a. Menjamin kondisi produk yang prima
   b. Mengecek antara data yang input di komputer dengan faktur pemasaran
   c. Bersama-sama dengan supervisior mengkoordinasi pelaksanaan stock
   d. Menganalisa stock
4. Staff Gudang
   a. mengelola seluruh aktivitas karyawan di unit kerjanya untuk memastikan kelancaran proses masuk keluarnya barang ke dan dari gudang
   b. mengelola pendistribusian barang yang diorder dari gudang
   c. memastikan kebersihan dan kerapian area gudang
   d. mengawasi kerja karyawan bagian gudang

5. Pelaksana Gudang
    a. mengelola gudang produksi
    b. mengelola penyimpanan barang siap edar
    c. mengatur lalu lintas keluar masuk barang di gudang
    d. memberi informasi kepada Inventory Control tentang ada atu tidaknya barang
6. Koordinator SPG
    a. melakukan pengawasan kerja para SPG
    b. mengatur jadwal shift SPG
7. Security
    a. melakukan pengawasan dan tata tertib di lingkungan toko terhadap para pembelian dan seluruh karyawan toko.
    b. Menangani masalah pencurian, penipuan dan perbuatan yang tidak bertanggung jawab.
8. SPG (*Salles Promotion Girl*)
    a. melakukan dan memelihara proses pemajangan
    b. memastikan kualitas barang pajangan
    c. mengidentifikasi barang-barang *over stock/out of stock* dan melaporkannya kepada atsan yang bersangkutan
    d. Menjaga kebersihan dan kerapian area yang menjadi tanggung jawabnya.
9. Cleaning Service

    Bertugas untuk memelihara dan menjaga kebersihan kantor maupun toko.

10. Kasir

    a. Memastikan kesiapan sarana prasarana kerja untuk mendukung kelancaran proses transaksi
    b. Memebrikan layanan sesuai standar pelayanan kasir Blossom Factory Outlet untuk memastikan terciptanya kepuasan pelanggan
    c. Memastikan kebersihan dan kerapihan peralatan, meja, dan lingkungan kassa
    d. Memastikan keakuratan transaksi dari awal hingga akhir hari.

4.1.4 Aspek Perusahaan

Blossom Factory Outlet adalah perusahaan yang bergerak dibidang pakaian jadi impor yang didatangkan langsung dari beberapa negara seperti Cina, Hongkong dan lain-lain. Blossom Factory Outlet memiliki tujuan selain ingin meningkatkan laba juga memiliki maksud ingin memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat akan pakaian jadi atau fashion yang tak pernah ada habisnya untuk dibahas terutama dijaman globalisasi seperti sekarang ini saat berbagai kebudayaan dari berbagai negara mudah keluar masuk ke negara kita.

Awal mula pemilik berinisiatif untuk mendirikan Blossom factory outlet adalah dimulai dengan adanya fenomena meningkatnya kebutuhan pakaian jadi yang terjadi di Indonesia, setelah krisis moneter berlalu, kebutuhan masyarakat Indonesia semakin meningkat bukan hanya pada sandang, namun juga pangan dan papan. Tingkat konsumsi masyarakat indonesia semakin meningkat. Maka dari itu

pemilik Blossom Factory Outlet berinisiatif untuk membuat factory outlet untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia akan sandang.

Blossom Factory Outlet menjual jenis pakaian casual untuk sehari-hari seperti berbagai model T-shirt, kemeja lengan panjang dan lengan pendek, celana bahan casual, celana jeans panjang dan pendek, batik, sandal, sepatu, pernak-pernik aksesoris (seperti kalung, gelang, gantungan handphone, dan lain-lain), tas, spray, dan lain-lain. Barang-barang yang ada di Blossom Factory Outlet selain pakaian jadi, hanya merupakan diferensiasi produk untuk memenuhi kebutuhan lain bagi konsumen. Namun sebenarnya fokus penjualan pada Blossom Factory Outlet adalah pakaian jadi.

Blossom Factory Outlet melakukan impor pakaian jadi dari negara seperti Cina dan Hongkong untuk selanjutnya dijual dioutlet-outlet blossom yang berada di 9 cabangnya. Selain membeli dan mengimpor pakaian jadi dari luar negeri untuk dijual didalam negeri, Blossom juga memiliki konveksi sendiri, yaitu mendisain dan membuat pakaian-pakaian untuk dijual di outlet sendiri.

4.2 Pembahasan Penelitian

4.2.1 Hasil Analisis

4.2.1.1 Analisis Deskriptif

Bab ini membahas mengenai uraian dan analisis data-data yang diperoleh dari data primer dan sekunder penelitian. Data primer penelitian ini adalah hasil kuesioner yang disebarkan kepada 100 orang. Data tersebut merupakan data pokok dimana analisisnya ditunjang oleh data-data sekunder yang analisisnya

didapat dari hasil observasi di lapangan dan beberapa sumber pustaka untuk memperkuat dan memperdalam hasil analisis. Data yang diperoleh dari hasil kuisioner terdiri dari dua macam, yaitu data responden dan data penelitian.

Data responden adalah seluruh identitas responden yang dipandang relevan dengan permasalahan yang diidentifikasi. Sedangkan data penelitian adalah sejumlah skor yang diperoleh dari jawaban responden atas pertanyaan atau pernyataan mengenai variabel penelitian, yaitu variabel X (*Budaya*) dan variabel Y (*Keputusan Pembelian*). Variabel tersebut dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif dan analisis korelasi.

Data-data responden yang diperoleh melalui kuesioner dianalisis secara deskriptif. Data lain yang diperoleh dari studi pustaka akan digunakan sebagai data sekunder untuk melengkapi dan mendukung data primer. Analisis data deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai objek penelitian berdasarkan data dan variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti.

4.2.1.1.1 Data Responden

Tabel 4.1
Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	f	%
1	Pria	37	37
2	Wanita	63	62
Jumlah		100	100,00

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Dari tabel tersebut dapat dilihat matoritas responden sebanyak 62 orang (63%) berjenis kelamin wanita dan 37 orang (37%) berjenis kelamin pria. Hal ini

dikarenakan kecenderungan kebiasaan wanita yang lebih suka berbelanja dibandingkan dengan pria.

Tabel 4.2
Usia

No	Usia	f	%
1	15-25	48	48,00
2	26-35	31	31,00
3	36-45	16	16,00
4	>46	5	5,00
Jumlah		100	100,00

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan usia. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 48 orang (48,00%) berusia antara 15 - 25 tahun, 31 orang (31,00%) berusia antara 26 - 35 tahun, 16 orang (16,00%) berusia antara 36 - 45 tahun dan 5 orang (5,00%) berusia di atas 46 tahun.

Dari tabel di atas menunjukan bahwa usia responden yang paling banyak di kisaran usia antara 15-25 tahun, biasanya pada kisaran usia tersebut merupakan masa muda yang menyukai suatu hal yang baru dan beda dari yang lain, termasuk dalam dunia *fashion.* Pada usia tersebut seseorang ingin selalu memiliki model *fashion* yang terbaru karena tidak ingin disebut ketinggalan zaman.

Tabel 4.3
Pekerjaan

No	Pekerjaan	f	%
1	Pelajar	20	20,00
2	Mahasiswa/i	25	25,00
3	PNS	0	0,00
4	Wiraswasta	16	16,00
5	Karyawan swasta	33	33,00
6	Lain-lain	6	6,00
Jumlah		100	100,00

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 33 orang (33,00%) bekerja sebagai karyawan swasta, 25 orang (25,00%) bekerja sebagai mahasiswa/i, 20 orang (20,00%) bekerja sebagai pelajar, 16 orang (16,00%) bekerja sebagai wiraswasta dan 6 orang (6,00%) memiliki pekerjaan selain Pelajar, Mahasiswa/I, PNS, Wiraswasta, dan Karyawan swasta.

Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden yang datang ke Blossom memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta yang biasanya memilki penghasilan lebih.

Tabel 4.4
Factory Outlet Yang Sering Anda Kunjungi

No	Factory Outlet yang sering anda kunjungi	f	%
1	Blossom	33	33,00
2	Rumah mode	2	2,00
3	EST	6	6,00
4	Ouval	6	6,00
5	EAT 347	21	21,00
6	Lain-lain	32	32,00
Jumlah		100	100,00

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan Factory Outlet yang sering anda kunjungi. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa masing-masing 33 orang (33,00%) sering mengunjungi Factory Outlet Blossom dan lain-lain, 21 orang (21,00%) sering mengunjungi Factory Outlet EAT 347, masing-masing 6 orang (6,00%) sering mengunjungi Factory Outlet EST dan Ouval dan 2 orang (2,00%) sering mengunjungi Factory Outlet Rumah mode, dan 32 orang (32%) sering mengunjungi Factory Outlet lain diluar pilihan dari Factory Outlet yang ada, yaitu Blossom, Rumah mode, EST, Ouval, dan EAT 347.

Hal ini menunjukan bahwa Blossom merupakan salah satu Factory Outlet yang sangat terkenal sehingga banyak yang berbelanja ke Blossom. Selain itu tinggi nya pilihan responden yang memilih Factory Outlet lain yang sering dikunjungi, menunjukan banyak nya Factory Outlet yang ada di Bandung.

Tabel 4.5
Pengeluaran Per Bulan Untuk Berbelanja Pakaian

No	pengeluaran per bulan untuk berbelanja pakaian	f	%
1	Kurang dari Rp. 100.000	12	12,00
2	Rp. 100.000 - Rp. 500.000	57	57,00
3	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	13	13,00
4	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	10	10,00
5	Lebih dari Rp. 2.000.000	8	8,00
Jumlah		100	100,00

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan pengeluaran per bulan untuk berbelanja pakaian. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 57 orang (57,00%) pengeluaran per bulan untuk berbelanja pakaian antara Rp. 100.000 - Rp. 500.000, 13 orang (13,00%) pengeluaran per bulan untuk berbelanja pakaian antara Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000, 12 orang (12,00%) pengeluaran per bulan untuk berbelanja pakaian kurang dari Rp.100.000, 10 orang (10,00%) pengeluaran per bulan untuk berbelanja pakaian antara Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000 dan 8 orang (8,00%) pengeluaran per bulan untuk berbelanja pakaian lebih dari Rp.2.000.000.

Tabel di atas menunjukan bahwa pangsa pasar Blossom mayoritas kalangan menengah, hal ini dikarenakan Blossom menyediakan berbagai jenis pakaian dengan harga yang variatif sehingga diharapkan semua kalangan masyarakat bisa berbelanja di Blossom.

4.2.1.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Budaya

Tabel 4.6
Pakaian Yang Dijual Di Blossom Sesuai Dengan Kebiasaan Anda Berpakaian

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	35	35,00	175
Sesuai	4	32	32,00	128
Cukup sesuai	3	33	33,00	99
Tidak sesuai	2	0	0,00	0
Sangat tidak sesuai	1	0	0,00	0
Total		**100**	**100**	**402**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "pakaian yang dijual di Blossom sesuai dengan kebiasaan anda berpakaian". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 35 orang (35,00%) menyatakan sangat sesuai, 33 orang (33,00%) menyatakan cukup sesuai dan 32 orang (32,00%) menyatakan sesuai.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 35 dari 100 responden menyatakan pakaian yang dijual di Blossom sangat sesuai dengan kebiasaan responden berpakaian.

Tabel 4.7
Pakaian Yang Anda Beli Sesuai Dengan Nilai-Nilai Yang Ada Di Masyarakat

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	20	20.00	100
Sesuai	4	46	46.00	184
Cukup sesuai	3	30	30.00	90
Tidak sesuai	2	4	4.00	8
Sangat tidak sesuai	1	0	0.00	0
Total		**100**	**100**	**382**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "pakaian yang anda beli sesuai dengan nilai-nilai yang ada di masyarakat". Dari

tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 46 orang (46,00%) menyatakan sesuai, 30 orang (30,00%) menyatakan cukup sesuai, 20 orang (20,00%) menyatakan sangat sesuai dan 4 orang (4,00%) menyatakan tidak sesuai.

Banyaknya responden yang menyatakan bahwa pakaian yang dijual di Blosom sesuai dengan nilai yang ada di masyarakat menunjukan bahwa Blossom selalu memperhatikan nilai-nilai yang ada di masyarakat sehingga produknya bisa diterima oleh masyarakat. Engel, Blackwell, dan Miniard (1994:84) Perubahan terjadi terus menerus dalam nilai-nilai masyarakat. Para pemasar harus menaruh perhatian khusus pada nilai-nilai yang mengalami transisi karena nilai-nilai tersebut mempengaruhi pangsa pasar.

Tabel 4.8
Dalam Berpakaian, Anda Selalu Mematuhi Norma-Norma Yang Ada

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat patuh	5	24	24,00	120
Patuh	4	34	34,00	136
Cukup patuh	3	38	38,00	114
Tidak patuh	2	4	4,00	8
Sangat tidak patuh	1	0	0,00	0
Total		**100**	**100**	**378**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “dalam berpakaian, anda selalu mematuhi norma-norma yang ada”. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 38 orang (38,00%) menyatakan cukup patuh, 34 orang (34,00%) menyatakan patuh, 24 orang (24,00%) menyatakan sangat patuh dan 4 orang (4,00%) menyatakan tidak patuh.

Tabel di atas menunjukan mayoritas responden menyatakan bahwa responden selalu mematuhi norma-norma yang ada dalam berpakaian, hal ini

mengindikasikan bahwa responden menilai pakain yang ada di blossom sesuai dengan norma-norma yang ada. Blossom tentu ingin produknya diterima di pasaran, agar produknya tersebut bisa diterima pasar, blossom berusaha membuat dan menyediakan produk yang sesuai dengan norma yang ada di masyarakat. Engel, Blackwell, dan Miniard (1994:66) bukan hanya fungsi, bentuk, dan arti yang menentukan keberhasilan dalam memasarkan produk. Produk yang berhasil harus pula memenuhi harapan mengenai norma.

Tabel 4.9
Anda Percaya Terhadap Simbol-Simbol Yang Ada Pada Pakaian Yang Dijual Di Blossom

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat percaya	5	17	17,00	85
Percaya	4	21	21,00	84
Cukup percaya	3	27	27,00	81
Tidak percaya	2	21	21,00	42
Sangat tidak percaya	1	14	14,00	14
Total		**100**	**100**	**306**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "anda percaya terhadap simbol-simbol yang ada pada pakaian yang dijual di Blossom". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 27 orang (27,00%) menyatakan cukup percaya, masing-masing 21 orang (21,00%) menyatakan percaya dan tidak percaya, 17 orang (17,00%) menyatakan sangat percaya dan 14 orang (14,00%) menyatakan sangat tidak percaya.

Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden mempercayai simbol-simbol yang ada pada pakaian yang dijual di Blossom. Untuk menjadikan produknya lebih memiliki arti, Blossom memasukan beberapa simbol yang bisa

berupa benda, nama, warna, dan konsep. Bagi konsumen yang percaya terhadap simbol tersebut maka konsumen bisa saja tertarik untuk membelinya.

Tabel 4.10
Dalam Berpakain, Anda Selalu Patuh Terhadap Larangan-Larangan Yang Ada Di Masyarakat

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat patuh	5	11	11,00	55
Patuh	4	30	30,00	120
Cukup patuh	3	54	54,00	162
Tidak patuh	2	5	5,00	10
Sangat tidak patuh	1	0	0,00	0
Total		**100**	**100**	**347**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "dalam berpakain, anda selalu patuh terhadap larangan-larangan yang ada di masyarakat". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 54 orang (54,00%) menyatakan cukup patuh, 30 orang (30,00%) menyatakan patuh, 11 orang (11,00%) menyatakan sangat patuh dan 5 orang (5,00%) menyatakan tidak patuh.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden menyatakan dalam berpakaian responden cukup patuh terhadap larangan-larangan yang ada di masyarakat. Karna jika larangan itu dilanggar maka akan mengakibatkan sangsi sosial. Larangan yang ada si Indonesia bisa bersumber dari budaya atau dari nilai-nilai agama.

Tabel 4.11
Anda Selalu Membeli Model Pakaian Yang Biasa Anda Pakai Sehari-Hari

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat setuju	5	34	34,00	170
Setuju	4	47	47,00	188
Cukup setuju	3	19	19,00	57
Tidak setuju	2	0	0,00	0
Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total		**100**	**100**	**415**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "anda selalu membeli model pakaian yang biasa anda pakai sehari-hari". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 47 orang (47,00%) menyatakan setuju, 34 orang (34,00%) menyatakan sangat setuju dan 19 orang (19,00%) menyatakan cukup setuju.

Dari tabel di atas menunjukan bahwa responden mayoritas membeli model pakaian yang sesuai dengan kebiasaan responden tersebut berpakaian sehari-hari. Hal ini dikarenakan oleh kebiasaan perilaku rutin responden sehari-hari, selain itu biasanya seseorang akan merasa lebih percaya diri jika memakai pakaian yang dia anggap sesuai dengan selera dan cara dia berpakaian. Menurut Ujang Sumarwan (2004:180) Konvensi menggambarkan anjuran atau kebiasaan bagaimana seseorang harus bertidak sehari-hari, dan biasanya berkaitan dengan perilaku konsumen yaitu perilaku yang dilakukan oleh konsumen. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen akan memilih Factory Outlet yang menjual produk yang sesuai dengan kebiasaan konsumen pakai dalam kehidupan sehari-hari, dan responden mungkin selalu menemukan produk yang mereka inginkan di Blossom.

Tabel 4.12
Anda Percaya Terhadap Cerita Orang Terdahulu Tentang Pakaian Yang Boleh Dan Tidak Boleh Dipakai

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat percaya	5	21	21,00	105
Percaya	4	22	22,00	88
Cukup percaya	3	17	17,00	51
Tidak percaya	2	20	20,00	40
Sangat tidak percaya	1	20	20,00	20
Total		**100**	**100**	**304**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "anda percaya terhadap cerita orang terdahulu tentang pakaian yang boleh dan tidak boleh dipakai". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 22 orang (22,00%) menyatakan percaya, 21 orang (21,00%) menyatakan sangat percaya, masing-masing 20 orang (20,00%) menyatakan tidak percaya dan sangat tidak percaya dan 17 orang (17,00%) menyatakan cukup percaya.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden responden menyatakan sangat percaya terhadap cerita orang terdahulu tentang pakaian yang boleh dan tidak boleh dipakai. Walaupun sulit dibuktikan kebenarannya namun ini menunjukan bahwa masyarakat di Indonesia masih mempercayai cerita-cerita tersebut. Mungkin masyarakat takut akan akibat yang akan ditimbulkan jika melanggar cerita tersebut, yang orang tua dulu sebut kualat atau pamali.

Untuk mengetahui tanggapan responden secara keseluruhan untuk variabel budaya (X) , maka dibuat pengkategorian terlebih dahulu. Berikut ini adalah tabel rekap skor untuk setiap pertanyaan variabel budaya

Tabel 4.13
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Budaya

No	Pertanyaan	SKOR
1	Pakaian yang dijual di Blossom sesuai dengan kebiasaan anda berpakaian	402
2	Pakaian yang anda beli sesuai dengan nilai-nilai yang ada di masyarakat	382
3	Dalam berpakaian, anda selalu mematuhi norma-norma yang ada	378
4	Anda percaya terhadap simbol-simbol yang ada pada pakaian yang dijual di Blossom	306
5	Dalam berpakain, anda selalu patuh terhadap larangan-larangan yang ada di masyarakat	347
6	Anda selalu membeli model pakaian yang biasa anda pakai sehari-hari	415
7	Anda percaya terhadap cerita orang terdahulu tentang pakaian yang boleh dan tidak boleh dipakai	304
Total		**2534**

Untuk mengkategorikan penilaian responden terhadap budaya secara umum, maka dibuat pengkategorian sebagai berikut:

Menghitung jarak interval untuk 7 pertanyaan dengan 100 responden

Nilai Indeks Minimum = Skor Minimum x Jumlah Pertanyaan x Responden (n)

= 1 x 7 x 100

= 700

Nilai Indeks Maksimum = Skor Maksimum x Jumlah Pertanyaan x Responden (n)

= 5 x 7 x 100

= 3500

Interval = Nilai Indeks Maksimum - Nilai Indeks Minimum

= 3500 - 700

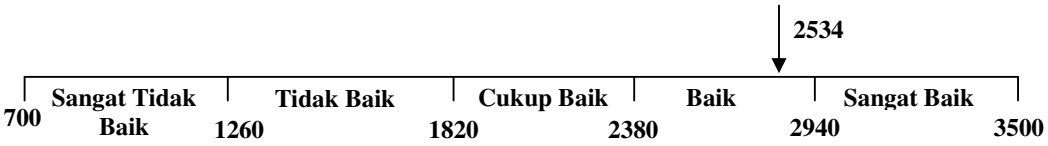
= 2800

Jarak Interval = Interval : Jenjang

= 2800 : 5

= 560

Selanjutnya perhitungan dan skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Berdasarkan hasil perhitungan, skor total untuk budaya adalah sebesar 2534 yang terletak antara rentang 2380 dan 2940. Dengan demikian, budaya berada pada tingkat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen Blossom Factory Outlet Cabang Dago Bandung masih memperhatikan dan menjaga nilai-nilai budaya yang ada di masyarakat.

4.2.1.1.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 4.14
Anda Merasa Mempunyai Kebutuhan/Keinginan Untuk Membeli Pakaian

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat setuju	5	34	34,00	170
Setuju	4	44	44,00	176
Cukup setuju	3	22	22,00	66
Tidak setuju	2	0	0,00	0
Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total		**100**	**100**	**412**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "anda merasa mempunyai kebutuhan/keinginan untuk membeli pakaian". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 44 orang (44,00%) menyatakan setuju,

34 orang (34,00%) menyatakan sangat setuju dan 22 orang (22,00%) menyatakan cukup setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden menyatakan merasa mempunyai kebutuhan/keinginan untuk membeli pakaian. Ini dikarenakan pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi.

Tabel 4.15
Anda Berusaha Mencari Informasi Lebih Lanjut Mengenai Blossom Factory Outlet

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat setuju	5	2	2,00	10
Setuju	4	37	37,00	148
Cukup setuju	3	38	38,00	114
Tidak setuju	2	21	21,00	42
Sangat tidak setuju	1	2	2,00	2
Total		**100**	**100**	**316**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "anda berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai Blossom Factory Outlet". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 38 orang (38,00%) menyatakan cukup setuju, 37 orang (37,00%) menyatakan setuju, 21 orang (21,00%) menyatakan tidak setuju dan masing-masing 2 orang (2,00%) menyatakan sangat setuju dan sangat tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden menyatakan berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai Blossom Factory Outlet. Inl menunjukan keingintahuan konsumen tentang produk yang ada di Blossom.

Tabel 4.16
Anda Tetap Mencari Informasi Factory Outlet Lain Walaupun Telah Mengenal Blossom Factory Outlet

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat setuju	5	23	23,00	115
Setuju	4	34	34,00	136
Cukup setuju	3	27	27,00	81
Tidak setuju	2	16	16,00	32
Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Total		**100**	**100**	**364**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "anda tetap mencari informasi Factory Outlet lain walaupun telah mengenal Blossom Factory Outlet". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 34 orang (34,00%) menyatakan setuju, 27 orang (27,00%) menyatakan cukup setuju, 23 orang (23,00%) menyatakan sangat setuju dan 16 orang (16,00%) menyatakan tidak setuju.

Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyatakan tetap mencari informasi Factory Outlet lain walaupun telah mengenal Blossom Factory Outlet. Karena banyaknya Factory Outlet lain di Bandung selain dari Blossom, ini menjadikan responden memiliki banyak pilihan untuk memilih Factory Outlet mana yang mungkin menurut responden memiliki produk yang lebih baik.

Tabel 4.17
Anda Membeli Pakaian Pada Blossom Factory Outlet Karena Telah Membandingkan Dengan Factory Outlet Pesaing

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat setuju	5	15	15,00	75
Setuju	4	26	26,00	104
Cukup setuju	3	18	18,00	54
Tidak setuju	2	31	31,00	62
Sangat tidak setuju	1	10	10,00	10
Total		**100**	**100**	**305**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "anda membeli pakaian pada Blossom Factory Outlet karena telah membandingkan dengan Factory Outlet pesaing". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 31 orang (31,00%) menyatakan tidak setuju, 26 orang (26,00%) menyatakan setuju, 18 orang (18,00%) menyatakan cukup setuju, 15 orang (15,00%) menyatakan sangat setuju dan 10 orang (10,00%) menyatakan sangat tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden menyatakan membeli pakaian pada Blossom Factory Outlet karena telah membandingkan dengan Factory Outlet pesaing. Ini menunjukan responden telah mengetahui dan mempercayai keunggulan produk yang ada di Blossom sehingga memilih Blossom untuk berbelanja pakaian.

Tabel 4.18
Anda Merasa Puas Setelah Menggunakan Produk Pakaian Dari Blossom Factory Outlet

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat setuju	5	34	34,00	34
Setuju	4	43	43,00	43
Cukup setuju	3	16	16,00	16
Tidak setuju	2	5	5,00	5
Sangat tidak setuju	1	2	2,00	2
Total		**100**	**100**	**402**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "anda merasa puas setelah menggunakan produk pakaian dari Blossom Factory Outlet". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 43 orang (43,00%) menyatakan setuju, 34 orang (34,00%) menyatakan sangat setuju, 16 orang (16,00%) menyatakan cukup setuju, 5 orang (5,00%) menyatakan tidak setuju dan 2 orang (2,00%) menyatakan sangat tidak setuju.

Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyatakan merasa puas setelah menggunakan produk pakaian dari Blossom Factory Outlet. Ini dikarenakan produk yang dijual di Blossom dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Untuk mengetahui tanggapan responden secara keseluruhan untuk variabel keputusan pembelian (Y) , maka dibuat pengkategorian terlebih dahulu. Berikut ini adalah tabel rekap skor untuk setiap pertanyaan variabel keputusan pembelian.

Tabel 4.19
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	SKOR
1	Anda merasa mempunyai kebutuhan/keinginan untuk membeli pakaian	412
2	Anda berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai Blossom Factory Outlet	316
3	Anda tetap mencari informasi Factory Outlet lain walaupun telah mengenal Blossom Factory Outlet	364
4	Anda membeli pakaian pada Blossom Factory Outlet karena telah membandingkan dengan Factory Outlet pesaing	305
5	Anda merasa puas setelah menggunakan produk pakaian dari Blossom Factory Outlet	402
Total		**1799**

Untuk mengkategorikan penilaian responden terhadap keputusan pembelian secara umum, maka dibuat pengkategorian sebagai berikut:

Menghitung jarak interval untuk 5 pertanyaan dengan 100 responden

Nilai Indeks Minimum = Skor Minimum x Jumlah Pertanyaan x Responden (n)

= 1 x 5 x 100

= 500

Nilai Indeks Maksimum = Skor Maksimum x Jumlah Pertanyaan x Responden (n)

= 5 x 5 x 100

= 2500

Interval = Nilai Indeks Maksimum - Nilai Indeks Minimum

= 2500 - 500

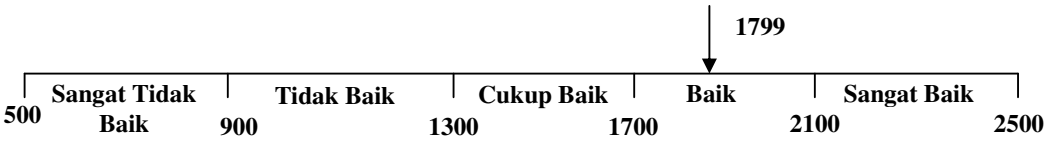
= 2000

Jarak Interval = Interval : Jenjang

= 2000 : 5

= 400

Selanjutnya perhitungan dan skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Berdasarkan hasil perhitungan, skor total untuk keputusan pembelian adalah sebesar 1799 yang terletak antara rentang 1700 dan 2100. Dengan demikian, keputusan pembelian berada pada tingkat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar konsumen yang datang ke Blossom Factory Outlet Cabang Dago Bandung pada akhirnya melakukan pembelian.

4.2.1.2 Hasil Analisis Verifikatif

4.2.1.2.1 Dampak Budaya Terhadap Keputusan Pembelian

Untuk mengetahui hubungan budaya (X) dengan keputusan pembelian (Y), digunakan analisis korelasi Pearson (R). Berikut ini adalah data mengenai budaya (X) dengan keputusan pembelian (Y).

Tabel 4.20
Hasil Perhitungan *Methode Succesive Interval* Variabel X (*Budaya*) dan Variabel Y (*Keputusan Pembelian*)

No	X	Y	X^2	Y^2	XY
1	22,552	14,209	508,593	201,900	320,445
2	17,317	11,107	299,887	123,372	192,348
3	27,248	15,764	742,440	248,490	429,522
4	18,477	14,948	341,393	223,436	276,187
5	28,288	20,399	800,218	416,137	577,062

6	17,287	9,721	298,850	94,497	168,049
7	18,325	12,705	335,789	161,430	232,822
8	10,992	6,771	120,833	45,846	74,430
9	7,868	8,664	61,904	75,072	68,171
10	7,000	7,568	49,000	57,272	52,975
11	8,352	7,568	69,763	57,272	63,210
12	10,441	8,635	109,006	74,561	90,153
13	14,580	16,880	212,586	284,944	246,120
14	25,721	14,638	661,562	214,271	376,501
15	14,086	7,568	198,424	57,272	106,603
16	13,218	8,635	174,726	74,561	114,140
17	14,086	12,063	198,424	145,522	169,927
18	18,477	18,118	341,393	328,253	334,759
19	19,757	15,875	390,328	252,031	313,647
20	25,721	17,787	661,562	316,378	457,497
21	14,208	7,568	201,858	57,272	107,521
22	19,222	13,992	369,468	195,771	268,944
23	14,580	13,393	212,586	179,383	195,280
24	15,124	14,209	228,722	201,900	214,893
25	16,449	13,521	270,581	182,825	222,416
26	26,367	20,399	695,235	416,137	537,878
27	26,367	19,443	695,235	378,048	512,672
28	17,287	12,705	298,850	161,430	219,644
29	20,270	14,808	410,873	219,264	300,150
30	14,086	12,705	198,424	161,430	178,974
31	13,218	8,635	174,726	74,561	114,140
32	15,246	13,992	232,437	195,771	213,317
33	15,398	11,638	237,109	135,453	179,212
34	23,264	18,385	541,199	338,024	427,713
35	26,351	19,443	694,362	378,048	512,350
36	27,248	19,443	742,440	378,048	529,791
37	19,689	14,808	387,666	219,264	291,550
38	13,695	6,771	187,559	45,846	92,730
39	17,405	12,705	302,940	161,430	221,141
40	17,605	18,157	309,921	329,682	319,649
41	23,198	20,399	538,169	416,137	473,236

42	24,079	17,090	579,794	292,070	411,510
43	23,058	18,845	531,682	355,136	434,533
44	19,496	20,399	380,106	416,137	397,714
45	18,086	19,443	327,105	378,048	351,655
46	20,993	17,090	440,716	292,070	358,776
47	19,510	13,393	380,629	179,383	261,301
48	18,642	9,821	347,517	96,451	183,081
49	26,351	20,958	694,362	439,249	552,266
50	24,661	20,958	608,160	439,249	516,850
51	15,857	15,592	251,435	243,111	247,238
52	15,759	12,539	248,351	157,233	197,608
53	20,206	16,491	408,268	271,948	333,208
54	18,004	14,638	324,145	214,271	263,543
55	20,887	16,036	436,274	257,142	334,940
56	19,412	11,704	376,807	136,985	227,194
57	18,990	18,526	360,624	343,199	351,803
58	17,414	12,806	303,233	163,987	222,994
59	17,439	15,731	304,105	247,463	274,326
60	20,734	17,089	429,889	292,043	354,325
61	16,732	17,162	279,969	294,527	287,156
62	20,268	14,845	410,788	220,378	300,880
63	17,320	15,875	299,968	252,031	274,956
64	20,464	13,740	418,767	188,791	281,175
65	19,120	15,817	365,586	250,171	302,422
66	20,830	14,548	433,873	211,635	303,023
67	19,966	15,500	398,631	240,248	309,467
68	17,605	14,745	309,921	217,412	259,578
69	17,449	12,304	304,474	151,397	214,701
70	19,623	11,717	385,069	137,285	229,922
71	20,330	15,866	413,289	251,718	322,540
72	19,061	17,269	363,329	298,208	329,162
73	20,002	16,649	400,096	277,182	333,016
74	23,592	16,918	556,601	286,213	399,132
75	20,079	14,845	403,174	220,378	298,079
76	20,958	13,452	439,229	180,954	281,923
77	23,326	17,148	544,084	294,052	399,986

78	18,437	11,788	339,912	138,958	217,333
79	18,030	13,822	325,088	191,054	249,217
80	15,639	12,426	244,588	154,413	194,339
81	17,367	12,705	301,625	161,430	220,661
82	18,383	13,543	337,939	183,413	248,963
83	17,971	11,295	322,961	127,569	202,978
84	19,430	15,748	377,517	247,987	305,973
85	18,194	14,617	331,010	213,658	265,938
86	16,259	17,205	264,369	296,015	279,745
87	18,471	16,045	341,160	257,444	296,361
88	21,675	14,638	469,806	214,271	317,279
89	18,881	13,393	356,499	179,383	252,883
90	24,291	14,510	590,052	210,543	352,465
91	18,848	12,924	355,253	167,039	243,600
92	16,286	17,001	265,231	289,036	276,878
93	17,500	18,385	306,236	338,024	321,738
94	21,326	12,987	454,816	168,663	276,967
95	19,304	16,185	372,638	261,963	312,438
96	19,586	10,515	383,596	110,558	205,936
97	17,286	11,487	298,808	131,951	198,565
98	16,279	11,330	264,999	128,379	184,446
99	23,428	14,745	548,854	217,412	345,438
100	23,428	14,745	548,854	217,412	345,438
Total	**1888,670**	**1446,338**	**37368,903**	**22072,572**	**28315,323**

Dari perhitungan diperoleh:

n = 100

ΣX = 1888,670

ΣY = 1446,338

ΣXY = 28315,323

ΣX^2 = 37368,903

ΣY^2 = 22072,572

4.2.1.2.2 Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui **" *Dampak Budaya Terhadap Keputusan Pembelian*"**, maka kita menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan model sebagai berikut :

Y = a + bX

Dimana : Y = Keputusan Pembelian

X = Budaya

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

Dengan:

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

dan

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

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan bantuan *software SPSS 13.0* diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 4.21
Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.355	1.128		2.976	.004
	Budaya	.588	.058	.714	10.083	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari output *software SPSS 13.0* di atas diperoleh model regresi sebagai berikut :

Y = 3,355 + 0,588 X

Nilai konstanta a memiliki arti bahwa ketika variabel Budaya (X) bernilai nol atau Keputusan pembelian (Y) tidak dipengaruhi oleh Budaya, maka rata-rata Keputusan Pembelian bernilai 3,355. Sedangkan koefisien regresi b memiliki arti bahwa jika variabel Budaya (X) meningkat sebesar satu satuan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,588.

Berdasarkan hasil analisis diatas maka terdapat dampak yang positif antara variabel budaya (X) dengan Keputusan Pembelian (Y), sehingga menciptakan pengaruh yang kuat antar kedua variabelnya.

4.2.1.2.3 Analisis Korelasi Pearson

Untuk mengetahui hubungan antara Budaya (variabel X) terhadap Keputusan Pembelian (variabel Y), digunakan analisis korelasi Pearson dengan rumus sebagai berikut :

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

Berikut ini adalah hasil pengolahan *software SPSS 13* untuk koefisien korelasi mengenai hubungan antara Budaya dengan Keputusan Pembelian.

Tabel 4.22
Analisis Korelasi Pearson

Model Summary

Model	R	R Square
1	.714[a]	.509

a. Predictors: (Constant), Budaya

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,714, yang berarti terdapat hubungan yang kuat dan searah antara variabel Budaya dengan Keputusan Pembelian. Artinya, semakin tinggi Keputusan Pembelian maka semakin meningkat Budaya, atau semakin besar Keputusan Pembelian, maka semakin meningkat Budaya.

4.2.1.2.4 Analisis Koefisien Determinasi

Besarnya pengaruh Budaya terhadap Keputusan Pembelian dapat ditunjukkan oleh koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

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

$= (0,714)^2 \times 100\%$

$= 50,92\%$

Artinya, Budaya memberikan pengaruh sebesar 50,92% terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan sisanya sebesar 49,08% Keputusan Pembelian dapat diterangkan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti oleh penulis seperti kelas sosial, keluarga, dan faktor internal.

4.2.2 Uji Hipotesis

Sebelum korelasi digunakan untuk membuat kesimpulan, terlebih dahulu harus diuji keberartian koefisien (r). Untuk itu digunakan statistik student 't' untuk menguji apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X dan variabel Y dengan hipotesis sebagai berikut :

1. H_0: $\rho = 0$, artinya tidak ada dampak antara Budaya terhadap Keputusan Pembelian.
2. H_1: $\rho \neq 0$, atinya ada dampak antara Budaya terhadap Keputusan Pembelian.

Rumus yang digunakan dalam menguji hipotesis diatas menggunakan yaitu menggunakan uji t student :

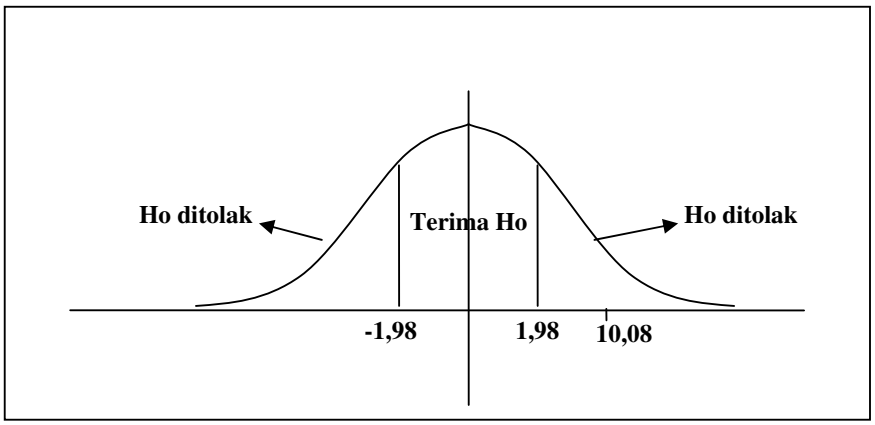
$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$= \frac{0,714\sqrt{100-2}}{\sqrt{1-0,714^2}}$$

$$= 10,08$$

Dengan $\alpha = 5\%$ dan dk = n-2 = 100 - 2 = 98 diperoleh nilai t tabel sebesar $\pm$ 1,98. Berdasarkan kriteria uji berikut:

1. Terima Ho jika -t tabel < t hitung < t tabel
2. Tolak Ho jika t hitung > t tabel atau t hitung < -t tabel



Gambar 4.2
Hasil Uji T

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 10,08. Karena nilai t hitung (10,08) > t tabel (1,98), maka Ho ditolak. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara Budaya terhadap Keputusan Pembelian.