BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

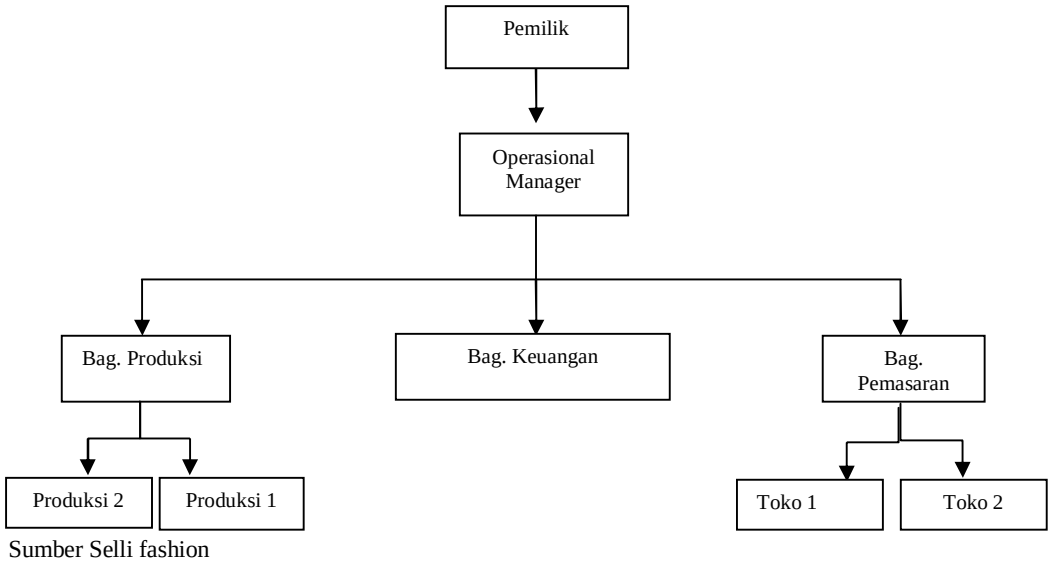
Selli Fashion Garment didirikan pada tanggal 2 Februari 1989, di kantor pusat yang beralamat di Jl. Kepatihan No.11-17 Bandung Bandung. Selli Fashion sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di dalam bidang produksi pakaian wanita, di dalam melakukan proses penjualan haruslah memahami apa kebutuhan dan keinginan konsumen, dengan demikian Selli Fashion dapat menarik konsumen baru bahkan meningkatkan volume penjualan.Untuk itu perusahaan harus menyediakan layanan prima sesuai dengan keinginan konsumen dan mampu merespon kebutuhan konsumen dengan cepat dan cermat. Selli Fashion mempunyai tempat yang dijadikan sebagai objek dalam memasarkan barang produksinya. Selli Fashion mempunyai karyawan sampai sekarang sekitar 28 orang yag mana 10 orang di bagian toko cabang 1 dan cabang 2 yang terletak di Jl. Kepatihan lantai 3 & 4, sedangkan 18 orang dibagian produksi pakaian.

Dengan terus berkembangnya Selli Fashion yang meramaikan dunia fashion, membuktikan keberadaan Selli Fashion diminati oleh masyarakat Bandung dan luar kota, seiring dengan itu Selli Fashion pun terus meningkatkan kualitas barang yang disajikan agar lebih memuaskan para konsumennya.

4.1.2 Struktur Organisasi

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Garment Selli Fashion Bandung



Sumber Selli fashion

4.1.3 Deskripsi Tugas

Berikut adalah uraian pekerjaan (job description) masing-masing jabatan pada Selli Fashion Bandung :

1. Pemilik

Merupakan pimpinan selaku pemilik perusahaan yang mempunyai jabatan struktural yang paling atas di Selli Fashion. Tugas dan tanggung jawabnya adalah:

a. Mengendalikan jalannya perusahaan.
b. Merumuskan tujuan perusahaan dan menetapkan rencana-rencana serta kebijaksanaan perusahaan.
c. Mengkoordinasikan dan mengarahkan semua kegiatan perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

d. Bertanggungjawab terhadap seluruh kegiatan perusahaan yang menyangkut kelangsungan hidup perusahaan serta perkembangannya dimasa yang akan datang.

2. Operasional Manager

Tugas dan tanggung jawabnya adalah :

a. Mempunyai tanggung jawab terhadap pimpinan perusahaan.
b. Bertanggungjawab atas seluruh kegiatan perusahaan.
c. Bertanggung jawab mengontrol dan mengarahkan karyawan.

3. Bagian Keuangan

Tugas dan tanggung jawabnya adalah :

a. Mempunyai tanggung jawab terhadap pimpinan perusahaan.
b. Bertanggungjawab atas seluruh kegiatan pembukuan perusahaan secara lengkap, benar dan tepat waktu.
c. Membuat laporan keuangan, seperti laporan rugi laba dan laporan keuangan bulanan.
d. Mengelola segala sesuatu yang menyangkut keuangan peusahaan yang meliputi administrasi laporan keuangan, penagihan piutang, pembayaran hutang perusahaan, dan pengelolaan kas.

4. Bagian Pemasaran

Tugas dan tanggung jawabnya :

a. Mempunyai tanggungjawab terhadap pimpinan perusahaan.
b. Mengawasi dan mengkoordinasi bagian-bagian yang berada dibawah tanggung jawabnya seperti bagian penjualan.
c. Menangani penerimaan pesanan.
d. Menetapkan harga produk.

5. Bagian Produksi

Tugas dan tanggung jawabnya :

a. Mempunyai tanggung jawab terhadap pimpinan perusahaan
b. Mengawasi produksi produk
c. Menyiapkan persiapan bahan produksi yang dibutuhkan

- Produksi 1 :

Tugas dan tanggung jawabnya :

a. Mempunyai tanggung jawab terhadap hasil produksi
b. Membuat barang setengah jadi
c. Melakukan evaluasi produksi sesuai perintah atasan
d. Melayani berbagai macam tantang produksi produk

- Produksi 2 :

Tugas dan tanggung jawabnya :

a. Mempunyai tanggung jawab terhadap hasil produksi
b. Mendesain barang jadi
c. Melakukan evaluasi produksi sesuai perintah atasan
d. Melayani

4.1.4 Aspek Perusahaan

Selli Fashion sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di dalam bidang produksi pakaian wanita, di dalam melakukan proses penjualan haruslah memahami apa kebutuhan dan keinginan konsumen, dengan demikian Selli Fashion dapat menarik konsumen baru bahkan meningkatkan volume penjualan.Untuk itu perusahaan harus menyediakan layanan prima sesuai

dengan keinginan konsumen dan mampu merespon kebutuhan konsumen dengan cepat dan cermat. Produk yang di produksi di Selli Fashion sangat beragam jenis mode sesuai dengan trend dan permintaan masyarakat.

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 (*Promosi Penjualan*) 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	12	12.0
2	Wanita	85	85.0
Jumlah		100	100.0

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Dari tabel tersebut dapat dilihat matoritas responden sebanyak 12 orang (12,0%) berjenis kelamin pria dan 85 orang lainnya (85,0%) berjenis kelamin wanita.

Tabel 4.2
Usia

No	Usia	f	%
1	15-25th	33	33.0
2	26-35th	49	49.0
3	36-45th	15	15.0
4	46 Keatas	3	3.0
Jumlah		100	100.0

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan usia. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 33 orang (33,0%) berusia antara 15-25 tahun, 49 orang (49,0%) berusia antara 26-35 tahun, 15 orang (15,0%) berusia antara 36-45 tahun dan 3 orang lainnya (3,0%) berusia diatas 46 tahun.

Tabel 4.3
Pekerjaan

No	Pekerjaan	f	%
1	Pelajar	14	14.0
2	Mahasiswi	38	38.0
3	Pegawai Negri	7	7.0
4	Wiraswasta	12	12.0
5	Karyawan Swasta	24	24.0
6	Pekerjaan Lain	5	5.0
Jumlah		100	100.0

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 14 orang (14,0%) bekerja sebagai pelajar, 38 orang (38,0%) bekerja sebagai mahasiswi, 7 orang (7,0%) bekerja sebagai pegawai negeri,12 orang (12,0%) bekerja sebagai wiraswasta, 24 orang (24,0%) bekerja sebagai karyawan swasta dan 5 orang lainnya (5,0%) menyatakan pekerjaan lain.

Tabel 4.4
Tempat Yang Sering Dikunjungi Untuk Belanja Pakaian

No	Tempat yang sering dikunjungi untuk belanja pakaian	f	%
1	Toko Selli Fashion	27	27.0
2	Distro/Clothing	22	22.0
3	Grosir Pakaian	24	24.0
4	Factori Outlet	11	11.0
5	Tempat Fashion Lainnya	16	16.0
Jumlah		100	100.0

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan Tempat yang sering dikunjungi untuk belanja pakaian. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 27 orang (27,0%) memilih toko selli fashion, 22 orang (22,0%) memilih distro/clothing, 24 orang (24,0%) memilih grosir pakaian, 11 orang (11,0%) memilih factori outlet dan 16 orang lainnya (16,0%) memilih tempat fashion lainnya.

Tabel 4.5
Pengeluaran Per Bulan

No	Pengeluaran per bulan	f	%
1	kurang dar Rp. 100.000	0	0.0
2	Rp. 100.000 - Rp. 500.000	31	31.0
3	Rp. 500.000 - Rp. 1000.000	36	36.0
4	Rp. 1000.000 - Rp. 2000.000	23	23.0
5	Lebih dari Rp. 2000.000	10	10.0
Jumlah		100	100.0

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan pengeluaran perbulan. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 31 orang (31,0%) rata-rata pengeluaran

perbulan antara Rp. 100.000 - Rp. 500.000, 36 orang (36,0%) rata-rata pengeluaran perbulan antara Rp. 500.000 - Rp. 1000.000, 23 orang (23,0%) rata-rata pengeluaran perbulan antara Rp. 1000.000 - Rp. 2000.000 dan 10 orang lainnya (10,0%) rata-rata pengeluaran perbulan Lebih dari Rp. 2000.000.

4.2.1.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Promosi Penjualan

Tabel 4.6
Merasa tertarik apabila setiap setelah membeli pakaian di selli fashion mendapat kupon yang bisa di undi dengan asesoris atau souvenir

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat setuju	5	25	25.0	125
Setuju	4	27	27.0	108
Cukup setuju	3	36	36.0	108
Tidak setuju	2	12	12.0	24
sangat tidak setuju	1	0	0.0	0
Total		100	100.0	365

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “Merasa tertarik apabila setiap setelah membeli pakaian di selli fashion mendapat kupon yang bisa di undi dengan asesoris atau souvenir”. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 25 orang (25,0%) menyatakan sangat setuju, 27 orang (27,0%) menyatakan setuju, 36 orang (36,0%) menyatakan cukup setuju dan 12 orang (12,0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 36 dari 100 responden menyatakan Merasa ragu apabila setiap setelah membeli pakaian di selli fashion mendapat kupon yang bisa di undi dengan asesoris atau souvenir.

Tabel 4.7
Harga pakaian yang sewaktu-waktu ada potongan harga dapat menambah daya minat anda untuk berbelanja pakaian di selli fashion

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat setuju	5	21	21.0	105
Setuju	4	46	46.0	184
Cukup setuju	3	25	25.0	75
Tidak setuju	2	6	6.0	12
sangat tidak setuju	1	2	2.0	2
Total		100	100.0	378

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “Harga pakaian yang sewaktu-waktu ada potongan harga dapat menambah daya minat anda untuk berbelanja pakaian di selli fashion”. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 21 orang (21,0%) menyatakan sangat setuju, 46 orang (46,0%) menyatakan setuju, 25 orang (25,0%) menyatakan cukup setuju, 6 orang (6,0%) menyatakan tidak setuju dan 2 orang lainnya (2,0%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 46 dari 100 responden menyatakan setuju dengan Harga pakaian yang sewaktu-waktu ada potongan harga dapat menambah daya minat anda untuk berbelanja pakaian di selli fashion.

Tabel 4.8
Sewaktu waktu apabila di adakan peragaan fashion terbaru yang berhadiah anda berminat untuk mengikuti

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat setuju	5	19	19.0	95
Setuju	4	54	54.0	216
Cukup setuju	3	19	19.0	57
Tidak setuju	2	8	8.0	16
sangat tidak setuju	1	0	0.0	0
Total		100	100.0	384

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “Sewaktu waktu apabila di adakan peragaan fashion terbaru yang berhadiah anda berminat untuk mengikuti”. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 19 orang (19,0%) menyatakan

sangat setuju dan cukup setuju, 54 orang (54,0%) menyatakan setuju dan 8 orang lainnya (8,0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 54 dari 100 responden menyatakan setuju dengan Sewaktu waktu apabila di adakan peragaan fashion terbaru yang berhadiah anda berminat untuk mengikuti.

Tabel 4.9
Kupon yang telah anda kumpulkan yang telah memenuhi syarat selli fashion dapat di tukarkan dengan mendapatkan produk gratis

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat setuju	5	29	29.0	145
Setuju	4	43	43.0	172
Cukup setuju	3	21	21.0	63
Tidak setuju	2	5	5.0	10
sangat tidak setuju	1	2	2.0	2
Total		100	100.0	392

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “Kupon yang telah anda kumpulkan yang telah memenuhi syarat selli fashion dapat di tukarkan dengan mendapatkan produk gratis”. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 29 orang (29,0%) menyatakan sangat setuju, 43 orang (43,0%) menyatakan setuju, 21 orang (21,0%) menyatakan cukup setuju, 5 orang (5,0%) menyatakan tidak setuju dan 2 orang lainnya (2,0%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 43 dari 100 responden menyatakan setuju dengan Kupon yang telah anda kumpulkan yang telah memenuhi syarat selli fashion dapat di tukarkan dengan mendapatkan produk gratis.

Tabel 4.10
Produk pakain yang dijadikan mode di selli fashion sangat anda sukai dan minati

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat setuju	5	14	14.0	70
Setuju	4	29	29.0	116
Cukup setuju	3	41	41.0	123
Tidak setuju	2	12	12.0	24
sangat tidak setuju	1	4	4.0	4
Total		100	100.0	337

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “Produk pakain yang dijadikan mode di selli fashion sangat anda sukai dan minati”. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 14 orang (14,0%) menyatakan sangat setuju, 29 orang (29,0%) menyatakan setuju, 41 orang (41,0%) menyatakan cukup setuju, 12 orang (12,0%) menyatakan tidak setuju dan 4 orang lainnya (4,0%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 41 dari 100 responden menyatakan cukup setuju dengan Produk pakain yang dijadikan mode di selli fashion sangat anda sukai dan minati.

Tabel 4.11
Karyawan yang menawarkan produk pada selli fashion rapih dan sopan santun

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat setuju	5	15	15.0	75
Setuju	4	46	46.0	184
Cukup setuju	3	28	28.0	84
Tidak setuju	2	11	11.0	22
sangat tidak setuju	1	0	0.0	0
Total		100	100.0	365

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “Karyawan yang menawarkan produk pada selli fashion rapih dan sopan santun ”. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 15 orang (15,0%) menyatakan sangat setuju, 46 orang (46,0%) menyatakan setuju, 28 orang (28,0%) menyatakan cukup setuju dan 11 orang lainnya (11,0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 46 dari 100 responden menyatakan setuju dengan Karyawan yang menawarkan produk pada selli fashion rapih dan sopan santun .

Tabel 4.12
Pemajangan produk yang di pajang di selli fashion sudah cukup baik dan menarik

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat setuju	5	14	14.0	70
Setuju	4	47	47.0	188
Cukup setuju	3	30	30.0	90
Tidak setuju	2	9	9.0	18
sangat tidak setuju	1	0	0.0	0
Total		100	100.0	366

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “Pemajangan produk yang di pajang di selli fashion sudah cukup baik dan menarik”. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 14 orang (14,0%) menyatakan sangat setuju, 47 orang (47,0%) menyatakan setuju, 30 orang (30,0%) menyatakan cukup setuju dan 9 orang lainnya (9,0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 47 dari 100 responden menyatakan setuju dengan Pemajangan produk yang di pajang di selli fashion sudah cukup baik dan menarik.

Tabel 4.12
Potongan harga dapat menambah minat beli anda

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat setuju	5	25	25.0	125
Setuju	4	42	42.0	168
Cukup setuju	3	21	21.0	63
Tidak setuju	2	10	10.0	20
sangat tidak setuju	1	2	2.0	2
Total		100	100.0	378

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “Potongan harga dapat menambah minat beli anda”. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 25 orang (25,0%) menyatakan sangat setuju, 42 orang (42,0%) menyatakan setuju, 21 orang (21,0%) menyatakan cukup setuju, 10 orang lainnya (10,0%) menyatakan tidak setuju dan 2 orang lainnya (2,0%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian

besar responden atau 42 dari 100 responden menyatakan setuju dengan Potongan harga dapat menambah minat beli anda.

Tabel 4.13
apabila anda membeli produk dengan jumlah yang banyak anda mendapat satu pakaian

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat setuju	5	18	18.0	90
Setuju	4	49	49.0	196
Cukup setuju	3	26	26.0	78
Tidak setuju	2	7	7.0	14
sangat tidak setuju	1	0	0.0	0
Total		100	100.0	378

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan " apabila anda membeli produk dengan jumlah yang banyak anda mendapat satu pakaian". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 18 orang (18,0%) menyatakan sangat setuju, 49 orang (49,0%) menyatakan setuju, 26 orang (26,0%) menyatakan cukup setuju dan 7 orang lainnya (7,0%) menyatakan tidak setuju Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 49 dari 100 responden menyatakan setuju dengan apabila anda membeli produk dengan jumlah yang banyak anda mendapat satu pakaian.

Tabel 4.14
Beli dua produk dapat bonus stiker

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat setuju	5	25	25.0	125
Setuju	4	58	58.0	232
Cukup setuju	3	11	11.0	33
Tidak setuju	2	5	5.0	10
sangat tidak setuju	1	1	1.0	1
Total		100	100.0	401

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Beli dua produk dapat bonus stiker ". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 25 orang (25,0%) menyatakan sangat setuju, 58 orang (58,0%) menyatakan setuju, 11 orang (11,0%) menyatakan cukup setuju, 5 orang (5,0%) menyatakan tidak setuju dan 1 orang lainnya (1,0%) menyatakan

sangat tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 58 dari 100 responden menyatakan setuju dengan Beli dua produk dapat bonus stiker.

Tabel 4.15
Pemajangan produk yang menarik membuat anda nyaman berbelanja

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat setuju	5	36	36.0	180
Setuju	4	34	34.0	136
Cukup setuju	3	20	20.0	60
Tidak setuju	2	10	10.0	20
sangat tidak setuju	1	0	0.0	0
Total			100.0	396

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “Pemajangan produk yang menarik membuat anda nyaman berbelanja”. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 36 orang (36,0%) menyatakan sangat setuju, 34 orang (34,0%) menyatakan setuju, 20 orang (20,0%) menyatakan cukup setuju dan 10 orang lainnya (10%) menyatakan tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 36 dari 100 responden menyatakan sangat setuju dengan Pemajangan produk yang menarik membuat anda nyaman berbelanja.

Tabel 4.16
Selembaran Brosur Dapat Membuat Daya Tarik Anda Untuk Kembali Berbelanja Pada Selli Fashion

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat setuju	5	38	38.0	190
Setuju	4	28	28.0	112
Cukup setuju	3	25	25.0	75
Tidak setuju	2	5	5.0	10
sangat tidak setuju	1	4	4.0	4
Total			100.0	391

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “Selembaran brosur dapat membuat daya tarik anda untuk kembali berbelanja pada selli fashion ”. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 38 orang (38,0%) menyatakan sangat setuju, 28 orang

(28,0%) menyatakan setuju, 25 orang (25,0%) menyatakan cukup setuju, 5 orang (10%) menyatakan tidak setuju dan 4 orang lainnya (4,0%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 38 dari 100 responden menyatakan sangat setuju dengan Selembaran brosur dapat membuat daya tarik anda untuk kembali berbelanja pada selli fashion .

Tabel 4.17
Pada hari libur bersama dengan di adakan berbagai promosi potongan harga dapat menambah minat anda berkunjung

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat setuju	5	15	15.0	75
Setuju	4	54	54.0	216
Cukup setuju	3	18	18.0	54
Tidak setuju	2	13	13.0	26
sangat tidak setuju	1	0	0.0	0
Total			100.0	371

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “Pada hari libur bersama dengan di adakan berbagai promosi potongan harga dapat menambah minat anda berkunjung”. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 15 orang (15,0%) menyatakan sangat setuju, 54 orang (54,0%) menyatakan setuju, 18 orang (18,0%) menyatakan cukup setuju dan 13 orang lainnya (13%) menyatakan tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 54 dari 100 responden menyatakan setuju dengan Pada hari libur bersama dengan di adakan berbagai promosi potongan harga dapat menambah minat anda berkunjung.

Tabel 4.18
Pada waktu trend fashion terbaru dengan mengadakan even pengenalan pada konsumen sangat menjadi daya tarik anda untuk berbelanja

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat setuju	5	25	25.0	125
Setuju	4	44	44.0	176
Cukup setuju	3	23	23.0	69
Tidak setuju	2	6	6.0	12
sangat tidak setuju	1	2	2.0	2

Total		100.0	384

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “Pada waktu trend fashion terbaru dengan mengadakan even pengenalan pada konsumen sangat menjadi daya tarik anda untuk berbelanja ”. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 25 orang (25,0%) menyatakan sangat setuju, 44 orang (44,0%) menyatakan setuju, 23 orang (23,0%) menyatakan cukup setuju, 6 orang lainnya (6,0%) menyatakan tidak setuju dan 2 orang lainnya (2,0%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 44 dari 100 responden menyatakan setuju dengan Pada waktu trend fashion terbaru dengan mengadakan even pengenalan pada konsumen sangat menjadi daya tarik anda untuk berbelanja .

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

Tabel 4.19
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Promosi Penjualan

No	Pertanyaan	Skor
1	Anda merasa tertarik apabila setiap setelah membeli pakaian di selli fashion mendapat kupon yang bisa di undi dengan asesoris atau souvenir	365
2	Harga pakaian yang sewaktu-waktu ada potongan harga dapat menambah daya minat anda untuk berbelanja pakaian di	378
3	Sewaktu waktu apabila di adakan peragaan fashion terbaru yang berhadiah anda berminat untuk mengikuti	384
4	Kupon yang telah anda kumpulkan yang telah memenuhi syarat selli fashion dapat di tukarkan dengan mendapatkan produk gratis	392
5	Produk pakain yang dijadikan mode di selli fashion sangat anda sukai dan minati	337
6	Karyawan yang menawarkan produk pada selli fashion rapih dan sopan santun	365
7	Pemajangan produk yang di pajang di selli fashion sudah cukup baik dan menarik	366
8	Potongan harga dapat menambah minat beli anda	378
9	apabila anda membeli produk dengan jumlah yang	378

	banyak anda mendapat satu pakaian	
10	Beli dua produk dapat bonus stiker	401
11	Pemajangan produk yang menarik membuat anda nyaman berbelanja	396
12	Selembaran brosur dapat membuat daya tarik anda untuk kembali berbelanja pada selli fashion	391
13	Pada hari libur bersama dengan di adakan berbagai promosi potongan harga dapat menambah minat anda berkunjung	371
14	Pada waktu trend fashion terbaru dengan mengadakan even pengenalan pada konsumen sangat menjadi daya tarik anda untuk berbelanja	384
Skor Total		**5286**

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

Menghitung jarak interval untuk 14 pertanyaan dengan 100 responden

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

= 1 x 14 x 100

= 1400

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

= 5 x 14 x 100 = 7000

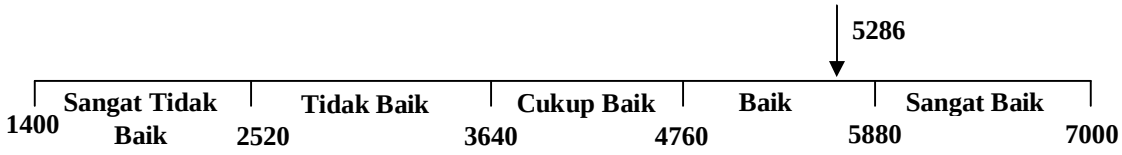
Interval = Nilai Indeks Maksimum - Nilai Indeks Minimum

= 7000 - 1400 = 5600

Jarak Interval = Interval : Jenjang

= 5600 : 5 = 1120

Selanjutnya perhitungan dan skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Berdasarkan hasil perhitungan, skor total untuk promosi penjualan adalah sebesar 5286 yang terletak antara rentang 4760 dan 5880 Dengan demikian, promosi jabatan berada pada tingkat baik.

4.2.1.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 4.20
Merasa mempunyai kebutuhan/keinginan untuk membeli pakaian

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat setuju	5	30	30.0	150
Setuju	4	41	41.0	164
Cukup setuju	3	22	22.0	66
Tidak setuju	2	6	6.0	12
sangat tidak setuju	1	1	1.0	1
Total			100.0	393

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “Merasa mempunyai kebutuhan/keinginan untuk membeli pakaian”. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 30 orang (30,0%) menyatakan sangat setuju, 41 orang (41,0%) menyatakan setuju, 22 orang (22,0%) menyatakan cukup setuju, 6 orang (6,0%) menyatakan tidak setuju dan 1 orang lainnya(1,0%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 41 dari 100 responden menyatakan setuju dengan Merasa mempunyai kebutuhan/keinginan untuk membeli pakaian.

Tabel 4.21
Anda berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai Selli Fashion Bandung

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat setuju	5	17	17.0	85
Setuju	4	45	45.0	180
Cukup setuju	3	30	30.0	90
Tidak setuju	2	8	8.0	16
sangat tidak setuju	1	0	0.0	0
Total			100.0	371

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “Anda berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai Selli Fashion Bandung”. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 17 orang (17,0%) menyatakan sangat setuju, 45 orang (45,0%) menyatakan setuju, 30 orang (30,0%) menyatakan cukup setuju dan 8 orang lainnya (8,0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 46 dari 100 responden menyatakan setuju dengan Anda berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai Selli Fashion Bandung.

Tabel 4.22
Tetap mencari informasi Toko fashion lain walaupun telah mengenal Toko Selli Fashion

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat setuju	5	23	23.0	115
Setuju	4	59	59.0	236
Cukup setuju	3	12	12.0	36
Tidak setuju	2	6	6.0	12
sangat tidak setuju	1	0	0.0	0
Total			100.0	399

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “Tetap mencari informasi Toko fashion lain walaupun telah mengenal Toko Selli Fashion”. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 23 orang (23,0%) menyatakan sangat setuju, 59 orang (59,0%) menyatakan setuju, 12 orang (12,0%) menyatakan cukup setuju dan 6 orang lainnya (6,0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 59 dari 100 responden menyatakan setuju dengan Tetap mencari informasi Toko fashion lain walaupun telah mengenal Toko Selli Fashion.

Tabel 4.23
Anda membeli pakaian pada Selli Fashion karena telah membandingkan dengan Toko Fashion pesaing

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat setuju	5	32	32.0	160
Setuju	4	40	40.0	160
Cukup setuju	3	19	19.0	57
Tidak setuju	2	9	9.0	18
sangat tidak setuju	1	0	0.0	0
Total			100.0	395

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Anda membeli pakaian pada Selli Fashion karena telah membandingkan dengan Toko Fashion pesaing". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 32 orang (32,0%) menyatakan sangat setuju, 40 orang (40,0%) menyatakan setuju, 19 orang (19,0%) menyatakan cukup setuju dan 9 orang lainnya (9,0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 40 dari 100 responden menyatakan setuju dengan Anda membeli pakaian pada Selli Fashion karena telah membandingkan dengan Toko Fashion pesaing.

Tabel 4.24
Merasa puas setelah menggunakan produk pakaian dari Selli Fashion Bandung

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah skor
Sangat setuju	5	29	29.0	145
Setuju	4	34	34.0	136
Cukup setuju	3	24	24.0	72
Tidak setuju	2	9	9.0	18
sangat tidak setuju	1	4	4.0	4
Total			100.0	375

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Merasa puas setelah menggunakan produk pakaian dari Selli Fashion Bandung". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 29 orang (29,0%) menyatakan sangat setuju, 34 orang (34,0%) menyatakan setuju, 24 orang (24,0%) menyatakan cukup setuju, 9 orang (9,0%) menyatakan tidak setuju dan 4 orang lainnya (4,0%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini mengindikasikan

bahwa sebagian besar responden atau 34 dari 100 responden menyatakan setuju dengan Merasa puas setelah menggunakan produk pakaian dari Selli Fashion Bandung.

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 4.25
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	Skor
1	Anda merasa mempunyai kebutuhan/keinginan untuk membeli pakaian	393
2	Anda berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai Selli Fashion Bandung	371
3	Anda tetap mencari informasi Toko fashion lain walaupun telah mengenal Toko Selli Fashion	399
4	Anda membeli pakaian pada Selli Fashion karena telah membandingkan dengan Toko Fashion pesaing	395
5	Anda merasa puas setelah menggunakan produk pakaian dari Selli Fashion Bandung	375
Skor Total		1933

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

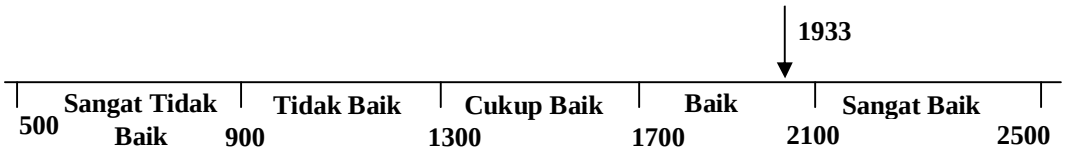
= 2000

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 1933 yang terletak antara rentang 1700 dan 2100. Dengan demikian, keputusan pembelian berada pada tingkat baik.

4.2.1.2 Hasil Analisis Verifikatif

4.2.1.2.1 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian

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

Tabel 4.26
Hasil Perhitungan *Methode Succesive Interval* Variabel X (*Promosi Penjualan*) dan Variabel Y (*Keputusan Pembelian*)

Resp	X	Y	X^2	Y^2	XY
1	34.591	13.002	1196.536051	169.0557238	449.7568991
2	50.898	19.138	2590.58676	366.2763684	974.0999488
3	34.158	11.662	1166.767444	136.0024204	398.3505949
4	42.895	14.662	1840.018728	214.9793812	628.9404484
5	43.695	16.108	1909.285549	259.4633415	703.8391922
6	43.855	15.720	1923.220074	247.1054579	689.3752077
7	46.086	16.892	2123.91329	285.3297496	778.4700682

8	34.617	13.861	1198.318955	192.1301697	479.8262436
9	43.590	16.898	1900.12548	285.5316673	736.5772168
10	35.033	13.264	1227.281637	175.9310962	464.6687032
11	30.235	10.473	914.169012	109.680485	316.6488601
12	36.582	12.834	1338.229219	164.7147837	469.4956191
13	37.877	13.538	1434.689711	183.2804692	512.7870937
14	38.100	13.867	1451.630856	192.2850454	528.3246209
15	39.306	14.556	1544.961942	211.8643529	572.1209331
16	39.841	13.730	1587.282859	188.504638	547.0010794
17	43.546	15.768	1896.219752	248.6185681	686.6115639
18	47.403	16.892	2247.025834	285.3297496	800.7142552
19	30.035	10.481	902.0991662	109.8532999	314.7992538
20	43.888	15.832	1926.158751	250.6578734	694.8430445
21	26.620	7.652	708.5983843	58.55419699	203.6944019
22	40.646	13.923	1652.085817	193.8378717	565.8946886
23	40.504	14.060	1640.595107	197.6711208	569.4719251
24	43.679	16.177	1907.833716	261.702878	706.6014253
25	41.502	13.823	1722.386784	191.0848051	573.691505
26	41.276	14.338	1703.701274	205.5655705	591.7958468
27	43.888	16.204	1926.158751	262.5687536	711.1603915
28	43.745	16.290	1913.611834	265.3583461	712.5958681
29	49.327	18.062	2433.181853	326.2253595	890.9352529
30	40.582	13.952	1646.878927	194.6581566	566.1964465
31	41.846	14.748	1751.084727	217.5161511	617.1622234
32	32.668	11.690	1067.219548	136.665701	381.9061502
33	43.988	15.976	1934.923599	255.2434622	702.7635438
34	41.711	13.867	1739.774306	192.2850454	578.3879161
35	42.036	14.060	1766.993913	197.6711208	591.0022565
36	51.959	19.173	2699.76639	367.6082592	996.2210713
37	45.541	15.976	2074.017529	255.2434622	727.5846445
38	48.812	18.001	2382.563937	324.0358117	878.6558139
39	49.101	18.459	2410.945364	340.7213802	906.344654
40	53.233	19.356	2833.731886	374.6683227	1030.392921
41	44.755	15.768	2002.980396	248.6185681	705.6756464
42	41.878	13.923	1753.746731	193.8378717	583.0459106
43	32.940	12.048	1085.036894	145.1583218	396.865386
44	41.890	14.060	1754.801624	197.6711208	588.9597641
45	29.221	10.065	853.8758988	101.2948816	294.0973616
46	50.174	17.966	2517.389687	322.7854178	901.4303532
47	50.548	18.280	2555.059538	334.1478933	923.9955421
48	51.238	18.424	2625.355981	339.4391664	944.0066979
49	45.150	15.672	2038.505492	245.6167006	707.5952184

50	52.100	20.657	2714.39985	426.6950758	1076.206788
51	51.738	17.966	2676.850162	322.7854178	929.541929
52	51.642	18.096	2666.911887	327.4823921	934.540895
53	44.259	15.720	1958.858023	247.1054579	695.7330728
54	53.348	20.343	2846.016438	413.8423749	1085.265959
55	41.191	13.730	1696.700983	188.504638	565.5404536
56	45.214	15.864	2044.262237	251.6585842	717.2559795
57	45.656	15.976	2084.43803	255.2434622	729.4101587
58	53.721	20.343	2885.892241	413.8423749	1092.842394
59	53.573	20.343	2870.047731	413.8423749	1089.838231
60	46.473	16.096	2159.702883	259.088288	748.0332362
61	45.191	16.096	2042.200227	259.088288	727.3995881
62	42.643	15.382	1818.434664	236.5981245	655.9254768
63	47.894	17.486	2293.857784	305.7721117	837.4949186
64	41.396	13.538	1713.661459	183.2804692	560.4290109
65	31.924	10.199	1019.171723	104.0266642	325.6087139
66	45.822	16.436	2099.659225	270.15664	753.1513004
67	42.565	13.867	1811.785399	192.2850454	590.2365948
68	46.184	16.027	2132.958431	256.8698975	740.1978205
69	38.680	12.799	1496.107892	163.8016928	495.0404078
70	38.914	13.476	1514.320363	181.6121703	524.4225468
71	47.455	16.909	2251.939379	285.9080844	802.4011928
72	41.462	14.060	1719.056465	197.6711208	582.9303717
73	42.699	14.662	1823.176551	214.9793812	626.0554024
74	31.791	11.319	1010.641277	128.1270016	359.8477963
75	48.753	17.034	2376.895318	290.1487706	830.4536438
76	47.734	17.136	2278.569605	293.6578999	817.9975336
77	37.627	13.180	1415.756459	173.7152205	495.9218138
78	38.250	13.643	1463.039434	186.1341749	521.8444576
79	43.256	13.722	1871.101607	188.2834214	593.5464702
80	48.134	17.104	2316.900609	292.5399605	823.2776035
81	40.309	14.060	1624.792426	197.6711208	566.7226306
82	51.358	16.389	2637.668338	268.6100193	841.7268816
83	47.642	19.266	2269.800111	371.197167	917.9016129
84	45.362	15.957	2057.700802	254.6295355	723.8448724
85	38.165	18.471	1456.558172	341.1775068	704.943179
86	50.477	13.538	2547.948762	183.2804692	683.3661132
87	35.427	17.266	1255.055419	298.1224536	611.6863582
88	28.939	12.928	837.4918702	167.1244333	374.1194384
89	43.124	13.867	1859.704634	192.2850454	597.9911287
90	40.944	17.266	1676.438237	298.1224536	706.9539451
91	43.611	16.427	1901.912012	269.8401723	716.3883479

92	50.143	15.944	2514.328461	254.2256522	799.5040919
93	40.434	18.299	1634.913479	334.8511247	739.9004105
94	41.607	14.272	1731.18368	203.6868849	593.817658
95	43.124	15.257	1859.698123	232.7702323	657.9379637
96	39.021	15.766	1522.607988	248.5518769	615.1805208
97	44.072	20.343	1942.320545	413.8423749	896.5570518
98	45.458	17.966	2066.457974	322.7854178	816.7144547
99	45.689	16.177	2087.490958	261.702878	739.1227175
100	53.031	16.924	2812.27297	286.4338393	897.5133114
Total	**4,301.912**	**1,546.761**	**188,790.986**	**24,549.708**	**67,825.666**

Dari perhitungan diperoleh:

n = 100

Σ X = 4,301.912

Σ Y = 1,546.761

Σ XY = 67,825.666

ΣX^2 = 188,790.986

ΣY^2 = 24,549.708

4.2.1.2.2 Analisis Regresi Linear Sederhana

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

Y = a + bX

Dimana : Y = Keputusan Pembelian

X = Promosi Penjualan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

Dengan:

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

dan

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

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

Tabel 4.27
Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.630	.969		.650	.517
	X	.345	.022	.842	15.465	.000

a. Dependent Variable: Y

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

Y = 0,630 + 0,345 X

Nilai konstanta a memiliki arti bahwa ketika variabel Promosi Penjualan (X) bernilai nol atau Keputusan pembelian (Y) tidak dipengaruhi oleh Promosi penjualan, maka rata-rata Keputusan Pembelian bernilai 0,630. Sedangkan koefisien regresi b memiliki arti bahwa jika variabel Promosi penjualan (X) meningkat sebesar satu satuan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,345.

Berdasarkan hasil analisis diatas maka terdapat dampak yang positif antara variabel Promosi Penjualan (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 Promosi Penjualan (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 Faktor Psikologis dengan Keputusan Pembelian.

Tabel 4.28
Analisis Korelasi Pearson

Model Summary

Model	R	R Square
1	.842	.709

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,842, yang berarti terdapat hubungan yang kuat dan searah antara variabel Promosi Penjualan dengan Keputusan Pembelian. Artinya, semakin tinggi Keputusan Pembelian maka semakin meningkat Promosi Penjualan, atau semakin besar Keputusan Pembelian, maka semakin meningkat Promosi Penjualan.

4.2.1.2.4 Analisis Koefisien Determinasi

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

KD = r^2 x 100%

= $(0,842)^2$ x 100%

= 70,9%

Artinya, Promosi penjualan memberikan pengaruh sebesar 70,9% terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan sisanya sebesar 29,1% Keputusan Pembelian dapat diterangkan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti oleh penulis.

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 pengaruh antara Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian.
2. H_1: $\rho \neq 0$, atinya ada pengaruh antara Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian.

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

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

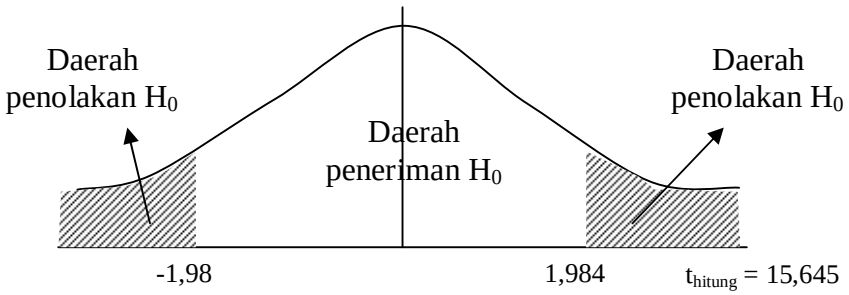
$$= \frac{0,832\sqrt{100-2}}{\sqrt{1-0,842^2}}$$

= 15,645

Dengan α = 5% dan dk = n-2 = 100 - 2 = 98 diperoleh nilai t tabel sebesar ± 1,984.

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 4.1
Hasil Uji T

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 15,645. Karena nilai t hitung (15,6445) > t tabel (1,984), maka Ho ditolak. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian.