BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Pada awalnya PT. Tenda Trijaya Indonesia ini masih berbadan hukum yang bernamakan CV. Tenda Trijaya. CV. Tenda trijaya merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang keperluan kemanusiaan. CV. Tenda trijaya ini berdiri sejak tanggal 15 januari 2005 dan bertempat atau berlokasi di Komplek gempol asri real easteat jl. Gempol asri raya No. 47 Bandung. Perusahaan ini pada awal tahun 2011 tepatnya pada tanggal 4 januari 2011 memperbesar badan hukumnya menjadi PT. Tenda Trijaya Indonesia untuk lebih leluasa dan lebih memiliki kelebihan dibandingkan perusahaan lain agar lebih menarik kepercayaan pada konsumen. Pada awalnya Perusahaan ini mempunyai karyawan hanya 9 orang namun sekarang bertambah menjadi 7 orang bagian staff dan 19 orang terbagi di bagian pemasaran dan produksi. Di perusahaan ini merupakan pabrikan untuk jasa membuatkan keperluan kemanusiaan seperti macam -macam tenda antara lain tenda peleton, tenda regu, tenda carniviel, tenda kerucut, kantong mayat, dan selimut mobil dan motor.

Perusahaan ini memang terbukti dalam kualitasnya sehingga pada awal bencana tsunami aceh dahulu. CV. Tenda trijaya ini adalah perusahaan yang memenuhi tender yang di tawarkan departemen sosial untuk membuatkan atau memerlukan tenda dengan jumlah yang banyak dan waktu yang cepat. Pada awal taun 2006 merupakan awal kebangkitan CV. Tenda trijaya ini sehingga perusahaan ini

cukup diperhitungkan oleh para pesaing yang bergerak dibidang yang sama. Dengan awal itu CV. Tenda trijaya memperbesar lokasi pabrik dan selalu menjadi andalan depsos dalam membuatkan keperluan kemanusiaan yang salah satunya fokus di bidang tenda.

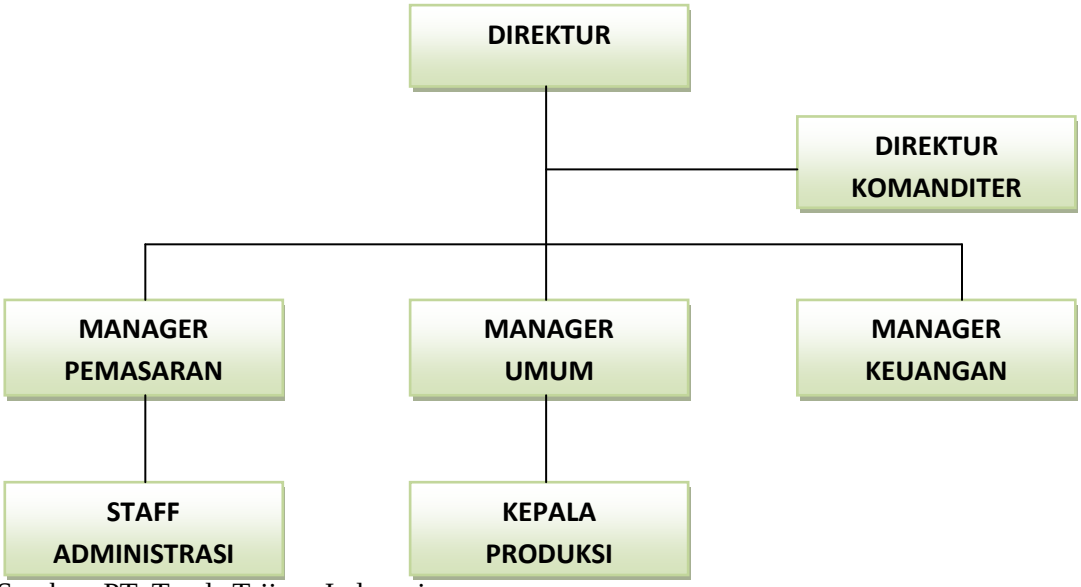
Perkembangan perusahaan cukup sangat baik dikarenakan perusahaan ini merupakan perkembangan dari turun temurun keahlian sebuah keluarga namun yang paling penting dari ini adalah bagaimana perusahaan ini melakukan promosinya. Perusahaan ini menerapkan strategi pemasarannya cukup baik dan memenuhi syarat agar perusahaan akan terus berproduksi dan lancar. adapun caranya yaitu selalu memasang iklan dikoran dan memasang iklan di internet dengan website yang desainnya cukup menarik dengan alamat websitenya www.tenda – jaya.com dan selalu menyebar luaskan brosur brosurnya.

CV. tenda trijaya dari tahun ke tahun telah menghadapi pertumbuhan dunia usaha semakin semarak dan penuh sekali persaingan dengan terus dilakukannya pembenahan perusahaan dan perbaikan pelaksanaan pemasaran yang lebih efisien dan inovatif agar mampu mengembangkan perusahaan untuk lebih maju dan lebih baik. Terbukti dengan dilakukan nya pembenahan dan perbaikan segi pemasaran perusahaan ini mampu untuk go internasional. Terbukti perusahaan mendapatkan tender luar negeri lebih tepatnya dari sebuah perusahaan negara Australia yang memerlukan tenda peleton dimana pada waktu itu perusahaan sangat kewalahan dan dibantu oleh perusahaan lain untuk mempercepat proses produksi.

Perusahaan CV. Tenda trijaya sekarang walaupun dengan banyaknya para pesaing yang menjadi follower bagi perusahaan ini. Namun tetap masih dijadikannya andalan oleh depsos dan membuatkan tenda peleton untuk persiapan jika ada bencana dan perusahaan baik dalam negeri maupun di luar negeri untuk sebuah event.

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT. Tenda Trijaya Indonesia berkembang secara dinamis karena didorong faktor internal dan eksternal. Struktur organisasi di PT. Tenda Trijaya Indonesia masih bersifat sentralisasi. Jadi semua keputusan, kebijakan, wewenang menjadi tanggung jawab Direktur utama. Struktur organisasi di PT. Tenda Trijaya Indonesia ditetapkan dalam suatu keputusan tersendiri dengan mengikuti pola struktur fungsional dan staff. Adapun struktur organisasi PT. Tenda Trijaya Indonesia dapat dilihat pada gambar 2.1



Sumber: PT. Tenda Trijaya Indonesia

Gambar 4.1
Struktur organisasi PT. Tenda Trijaya Indonesia

4.1.3 Deskripsi jabatan (Job Description)

Deskripsi pekerjaan (Job Description) dari masing-masing departemen yang ada di PT. Tenda Trijaya Indonesia adalah sebagai berikut :

1. Direktur Utama

   Tugas-tugas direktur utama adalah sebagai berikut :

   a. Memimpin perusahaan PT. Tenda Trijaya Indonesia dalam memenuhi kentuhan para konsumen perusahaan.
   b. Membuka kerjasama dengan perusahaan yang lain
   c. Menetapkan kebijakan perturan untuk ketertiban yang diperlukan perusahaan.
   d. Mengawasi dan mengontrol semua staff baik dibidang keuangan, sdm, pemasaran dan produksi agar tepat pada jalurnya.

2. Direktur komanditer

   Tugas-tugas utama dari direktur komanditer sebagai berikut :

   a. Menerima semua perintah dari direktur utama dan menyampaikan kepada staff yang lain.
   b. Selalu ikut dalam menemani direktur utama dalam menjalin sebuah kerjasama.
   c. Menjadi wakil perusahaan apabila direktur utama sedang tidak ada ditempat.
   d. Selalu menjadi pengawas bagi semua staff.

3. Manager umum

Tugas-tugas manager umum sebagai berikut :

a. Menjadi perekrutmen karyawan yang baru atau yang akan di pecat.
b. Menyampaikan pesan kepada kepala produksi akan pesanan yang harus dibuat atau diproduksi.
c. Membuat laporan pegawai baik absensi maupun prestasi karyawan dalam keseriusan bekerja.
d. Membuatkan surat surat penting bagi perusahaan seperti kontrak kerjasama.

4. Manager pemasaran

Tugas-tugas manager pemasaran sebagai berikut ;

a. Mengawasi serta bertanggung jawab atas perkerjaan dibagian pemasaran
b. Membuatkan dan memberikan saran promosi untuk perusahaan seperti membuatkan brosur memasangkan iklan.
c. Memberikan perintah kepada karyawan bagian pemasaran untuk mengantarkan pesanan konsumen.

5. Manager keuangan

Tugas-tugas manger keuangan sebagai berikut :

a. Memegang uang kas, dan surat surat berharga.
b. Mengawasi dan bertanggungjawab terhadap semua urusan keuangan PT. Tenda Trijaya Indonesia Memberikan gaji kepada karyawan.

6. Staf administrasi

Tugas-tugas staf administrasi sebagai berikut :

a. Bertanggung jawab dibidang administrasi
b. Memberikan laporan gaji kepada manager keuangan.
c. Melaksanakan tugas yang diberikan manager keuangan seperti mengawasi buku harian kas.
d. Memberikan jumlah anggaran yang diperlukan oleh bagian produksi.

7. Kepala produksi

Tugas-tugas kepala produksi sebagai berikut :

a. Menjalankan tugas dan bertanggung jawab atas semua kegiatan produksi.
b. Menerima perintah dari manager umum akan pesanan yang akan di produksi
c. Memberikan pengarahan pengawasan kepada karyawan untuk produksi.

4.1.4 Aktivitas Perusahaan

PT. Tenda trijaya Indonesia merupakan perusahaan yang besar dalam memberikan keperluan kemanusiaan. Dengan demikian produk yang dihasilkan oleh PT. Tenda trijaya Indonesia dalam bidang alat-alat kemanusiaan. yang dihasilkan berupa :

1. Tenda

Perusahaan PT. Tenda trijaya Indonesia membuatkan macam- macam tenda yang antara lain seperti kebuthan bencana dan kebutuhan perusahaan antara lain yaitu:

a. **Tenda Carnaviel / Tenda Kerucut**

Tenda kerucut merupakan salah satu pilihan Favorit karena bentuknya yang unik dan terlihat cukup eksotis, apalagi di malam hari dengan menambahkan lampu-lampu. Tenda ini merupakan tenda jenis kerucut sangat cocok untuk Event Organizer. Tenda Carnaviel juga dapat di dekorasi dengan kain bahan yang perpaduan warnanya menjadi kunci keindahan dari tenda tersebut.

Jika kita ingin lebih mewah lagi atau jika kita ingin menyiapkan sebuah Ruang VIP dengan menggunakan Tenda Kerucut, kita dapat menambahkan AC atau Pendingin ruangan. Cara pemasangan tenda ini sangat Mudah hanya dengan 25 menit tenda akan berdiri.

Spesifikasi :

Ukuran Tenda: 5×5 dan 10×10

Bahan Tenda: Terpaulins Import

Struktur Bahan Rangka Tenda: Alumunium alloy / besi



Sumber: PT. Tenda Trijaya Indonesia

Gambar 4.2

Contoh Tenda Carnaviel PT. Tenda trijaya Indonesia.

b. **Tenda Dome /tenda camping**

Tenda dome atau juga sering disebut **tenda camping**, di desain untuk kebutuhan camping/ berkemah. Tenda jenis ini mudah untuk dipindah-pindah dan mudah pula untuk pemasangannya.



Sumber: PT. Tenda Trijaya Indonesia

Gambar 4.3

Contoh Tenda dome PT. Tenda trijaya Indonesia.

c. **Tenda Peleton/Pleton (Platoon Tent)**

Tenda peleton merupakan tenda standar yang digunakan oleh militer. Tenda jenis ini relatif cepat untuk pemasangannya. Tenda standar Peleton Bahan rangka / besi dan allumunium bahan kain memakai kain Dinir / filament polister/ Import.

Tenda Peleton/Pleton (Platoon Tent) didesain khusus dari bahan pilihan, sangat kuat,cocok untuk kebutuhan khusus misalnya : keperluan militer, untuk kamp pengungsi gempa, atau acara-acara tertentu yang membutuhkan tenda kuat dan ukuran besar. Bahan yang kuat dan mampu menahan panas dan hujan serta ukuran yang telah didesain cukup luas.

Spesifikasi :

Bahan Tenda : Kain Dinir / Filament Polister (Import)

Bahan Rangka Tenda : Besi dan Allumunium



Sumber: PT. Tenda Trijaya Indonesia

Gambar 4.4

Contoh Tenda peleton PT. Tenda trijaya Indonesia

a. **Tenda Regu**

Tenda regu merupakan tenda yang digunakan oleh militer sama dengan tenda peleton namun berbeda dari segi ukurannya lebih kecil. Tenda jenis ini relatif cepat untuk pemasangannya. Tenda standar Regu Bahan rangka / besi dan allumunium bahan kain memakai kain Dinir / filament polister/ Import.

Tenda Regu didesain khusus dari bahan pilihan, sangat kuat,cocok untuk kebutuhan khusus misalnya : keperluan militer, untuk kamp pengungsi gempa, atau acara-acara tertentu yang membutuhkan tenda kuat dan ukuran besar. Bahan yang kuat dan mampu menahan panas dan hujan serta ukuran yang telah didesain cukup luas.

Spesifikasi :
Bahan : dinir coated
Rangka : besi
Tali : nilon



Sumber: PT. Tenda Trijaya Indonesia

Gambar 4.5

Contoh Tenda peleton PT. Tenda trijaya Indonesia

4.2 Karakteristik Responden

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 55 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.

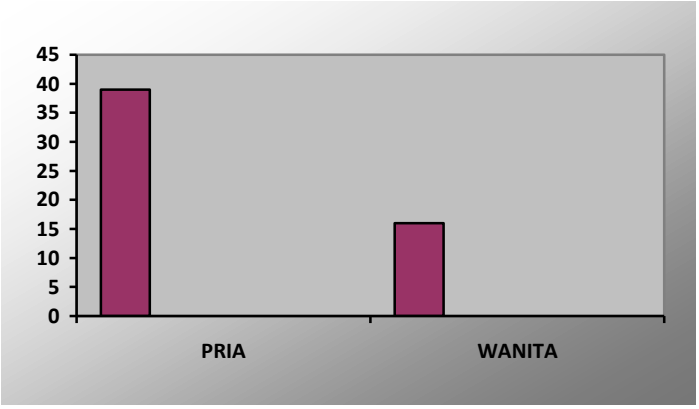
Data responden adalah seluruh identitas responden yang dipandang relevan dengan permasalahan yang diidentifikasi. Sedangkan data penelitian adalah sejumlah skor yang diperoleh dari jawaban responden atas pertanyaan atau pernyataan mengenai variabel penelitian, yaitu variabel Penetapan Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Keputusan Pembelian (Y). Variabel tersebut dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif dan analisis regresi multipel.

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.

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Pada PT. Tenda Trijaya Indonesia

No	Jenis Kelamin	f	%
1	Pria	39	70,91
2	Wanita	16	29,09
Jumlah		**55**	**100,00**



Gambar 4.6

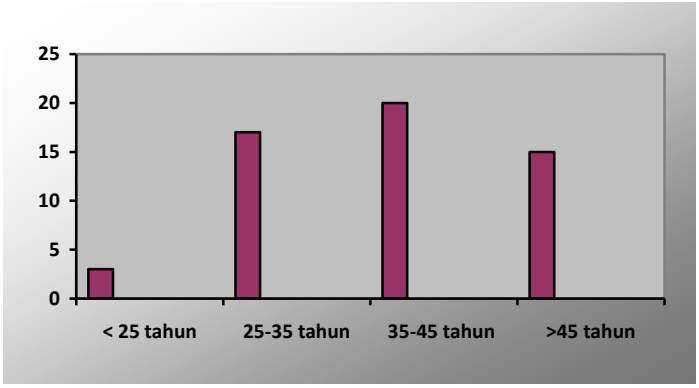
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Pada PT. Tenda Trijaya Indonesia

Dari data pada tabel 4.2 menunjukan pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden PT. Tenda Trijaya Indonesia yang membeli produk tenda Dari tabel tersebut dapat dilihat matoritas responden sebanyak 39 orang (70,91%) berjenis kelamin pria dan 16 orang (29,09%) berjenis kelamin wanita. Persentase jumlah pengguna produk tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia lebih banyak

pria dibandingkan perempuan yang diharapkan data yang terkumpul tetap dapat mewakili kedua golongan.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan usia
Pada PT. Tenda Trijaya Indonesia

No	Usia	f	%
1	< 25 Tahun	3	5,45
2	25-35 Tahun	17	30,91
3	35-45 Tahun	20	36,36
4	> 45 Tahun	15	27,27
Jumlah		**55**	**100,00**



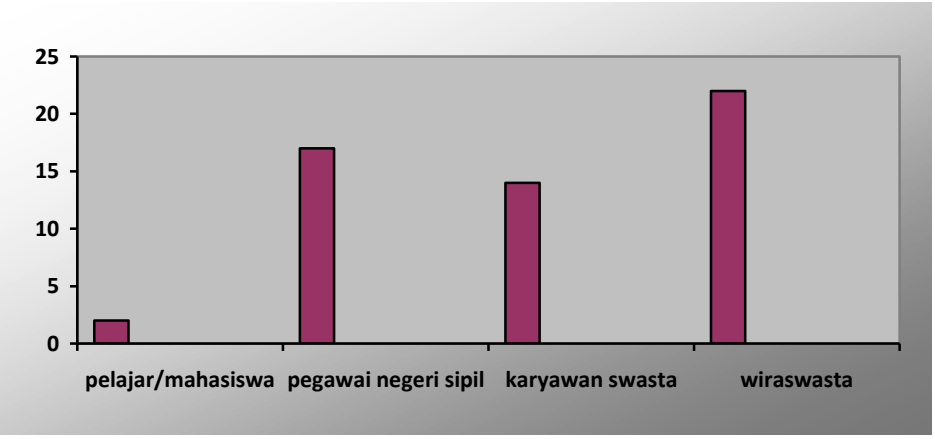
Gambar 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan usia
Pada PT. Tenda Trijaya Indonesia

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan usia. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 20 orang (36,36%) berusia antara 35-45 tahun, 17 orang (30,91%) berusia antara 25-35 tahun, 15 orang (27,27%) berusia lebih dari 45 tahun, dan 3 orang (5,45%) berusia kurang dari 25 tahun. Jadi sebagian besar

konsumen yang membeli produk tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia yang menjadi responden dalam penelitian ini berusia 35-45 tahun.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan
Pada PT. Tenda Trijaya Indonesia

No	Pekerjaan	f	%
1	Pelajar/Mahasiswa	2	3,64
2	Pegawai Negeri Sipil	17	30,91
3	Karyawan Swasta	14	25,45
4	Wiraswasta	22	40,00
Jumlah		**55**	**100,00**



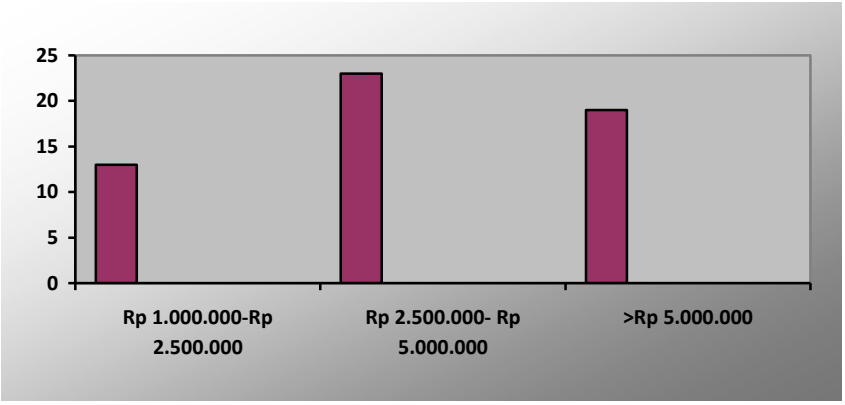
Gambar 4.8
Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan
Pada PT. Tenda Trijaya Indonesia

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 22 orang (40,00%) bekerja sebagai wiraswasta, 17 orang (30,91%) bekerja sebagai pegawai negeri sipil, 14 orang

(25,45%) bekerja sebagai karyawan swasta, dan 2 orang (3,64%) bekerja sebagai pelajar/mahasiswa.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan pengeluaran per bulan
Pada PT. Tenda Trijaya Indonesia

No	Pengeluaran Per Bulan	f	%
1	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	13	23,64
2	Rp. 2.500.000 -Rp. 5.000.000	23	41,82
3	> Rp. 5.000.000	19	34,55
Jumlah		**55**	**100,00**



Gambar 4.9
Karakteristik Responden Berdasarkan pengeluaran per bulan
Pada PT. Tenda Trijaya Indonesia

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan pengeluaran per bulan. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 23 orang (41,82%) pengeluaran perbulannya antara Rp. 2.500.000 -Rp. 5.000.000, 19 orang (34,55%) pengeluaran per bulannya di atas Rp. 5.000.000 dan 13 orang (23,64%) pengeluaran perbulannya antara Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000

4.3 Analisis Deskriptif

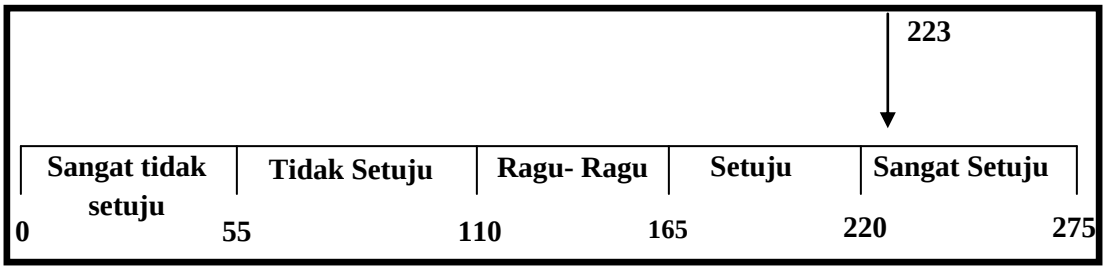
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Penerapan Harga

Indikator pertama adalah potongan harga dan imbalan khusus, Harga yang disesuaikan untuk menghargai pelanggan atas tindakan seperti pembayaran awal, volume penjualan dan pembelian diluar musim penetapan harga disesuaikan. Dalam kuesioner ini penulis menggunakan tiga ukuran sebagai pertanyaan untuk indikator potongan harga dan imbalan khusus dan ukuran pertama dari indikator ini adalah potongan tunai yaitu pengurangan harga jual bagi pembeli yang membayar hutangnya tepat atau mendahului waktu yang telah di tentukan dengan hasil kuisioner sebagai berikut :

Tabel 4.5
Anda Membeli Produk Tenda Di PT. Tenda Trijaya Indonesia Mendapatkan Potongan Tunai Ketika Anda Membayar Tepat Waktu Pada Tenda Selesai Pada Tahap Produksi

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat Setuju	5	16	29,09	80
Setuju	4	29	52,73	116
Ragu-Ragu	3	7	12,73	21
Tidak Setuju	2	3	5,45	6
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total		**55**	**100,00**	**223**

Selanjutnya skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.10
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Potongan Tunai Ketika Anda Membayar Tepat Waktu Pada Tenda Selesai Pada Tahap Produksi

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Anda membeli produk tenda di PT. Tenda Trijaya Indonesia mendapatkan potongan tunai ketika anda membayar tepat waktu pada tenda selesai pada tahap produksi". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 55 orang yang ditelili ternyata sebanyak 29 orang (52,73%) menyatakan setuju, 16 orang (29,09%) menyatakan sangat setuju, 7 orang (12,73%) menyatakan ragu-ragu, dan 3 orang (5,45%) menyatakan tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa lebih dari sebagian responden atau 29 dari 55 responden menyatakan membeli produk tenda di PT. Tenda Trijaya Indonesia mendapatkan potongan tunai ketika membayar tepat waktu pada tenda selesai pada tahap produksi.

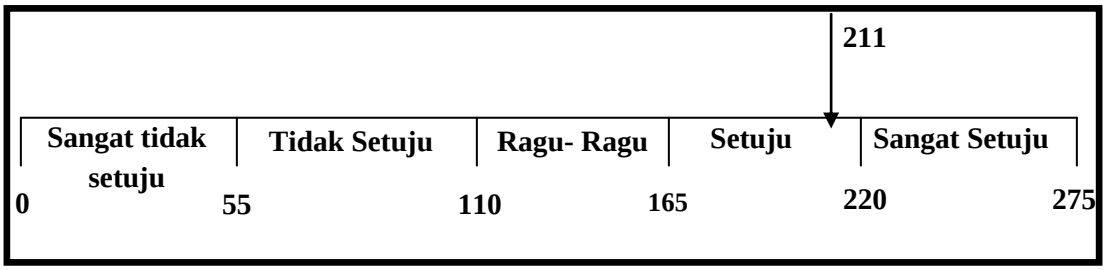
Berdasarkan table di atas, persentasi skor untuk potongan tunai ketika anda membayar tepat waktu pada tenda selesai pada tahap produksi adalah sebesar 223 yang terletak antara rentang 220 dan 275. Dengan demikian, jumlah skor potongan tunai berada pada tingkat sangat setuju.

Dalam kusioner yang menjadi pertanyaan kedua adalah ukuran kedua dari indikator potongan harga dan imbalan khusus adalah Potongan kuantitas (quality discount), yaitu pengurangan harga jual bagi pembeli yang telah membeli dalam jumlah besar dengan hasil kuisioner sebagai berikut.

Tabel 4.6
Anda Membeli Produk Tenda Di PT. Tenda Trijaya Indonesia Mendapatkan Potongan Kuantitas Ketika Anda Membeli Dalam Jumlah Skala Yang Besar

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat Setuju	5	18	32,73	90
Setuju	4	13	23,64	52
Ragu-Ragu	3	21	38,18	63
Tidak Setuju	2	3	5,45	6
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total		**55**	**100,00**	**211**

Selanjutnya skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.11
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Potongan Kuantitas Ketika Anda Membeli Dalam Jumlah Skala Yang Besar

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Anda membeli produk tenda di PT. Tenda Trijaya Indonesia mendapatkan potongan kuantitas ketika anda membeli dalam jumlah skala yang besar". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 55 orang yang ditelili ternyata sebanyak 21 orang (38,18%) menyatakan ragu-ragu, 18 orang (32,73%) menyatakan sangat setuju, 13 orang (23,64%) menyatakan setuju, dan 3 orang (5,45%) menyatakan tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian kecil responden atau 21 dari 55 responden menyatakan ragu-ragu atas pernyataan membeli produk tenda di PT. Tenda Trijaya Indonesia mendapatkan potongan kuantitas ketika membeli dalam jumlah skala yang besar.

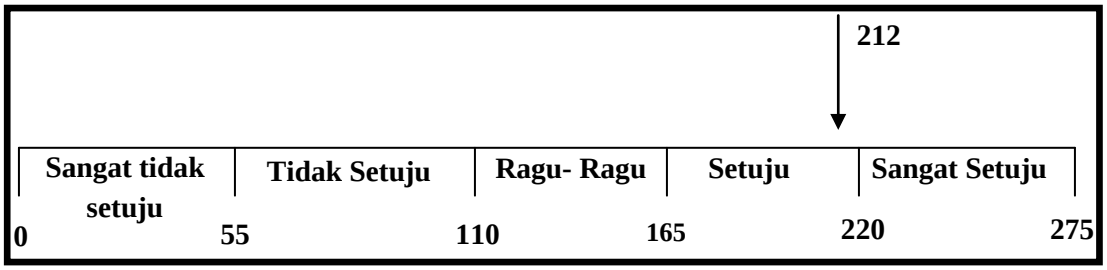
Berdasarkan table di atas, persentasi skor untuk potongan kuantitas ketika anda membeli dalam jumlah skala yang besar adalah sebesar 211 yang terletak antara rentang 165 dan 220. Dengan demikian, jumlah skor potongan kuantitas berada pada tingkat setuju.

Dalam kusioner yang menjadi pertanyaan ketiga adalah ukuran ketiga dari indikator potongan harga dan imbalan khusus adalah Imbalan khusus (allowances), adalah imbalan yang diberikan kepada siapa saja yang membeli barang baru dengan membawa yang lama dengan hasil kuisioner sebagai berikut.

Tabel 4.7
PT. Tenda Trijaya Indonesia Memberikan Imbalan Khusus Ketika Seorang Pembeli Akan Membeli Tenda Baru Dengan Membawa Tenda Lamanya

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat Setuju	5	16	29,09	80
Setuju	4	17	30,91	68
Ragu-Ragu	3	20	36,36	60
Tidak Setuju	2	2	3,64	4
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total		**55**	**100,00**	**212**

Selanjutnya skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.12
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Memberikan Imbalan Khusus Ketika Seorang Pembeli Akan Membeli Tenda Baru Dengan Membawa Tenda Lamanya

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "PT. Tenda Trijaya Indonesia memberikan imbalan khusus ketika seorang pembeli akan membeli tenda baru dengan membawa tenda lamanya". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 55 orang yang ditelili ternyata sebanyak 20 orang (36,36%) menyatakan ragu-ragu, 17 orang (30,91%) menyatakan setuju, 16 orang (29,09%) menyatakan sangat setuju, dan 2 orang (3,64%) menyatakan tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian kecil responden atau 20 dari 55 responden menyatakan ragu-ragu atas pernyataan PT. Tenda Trijaya Indonesia memberikan imbalan khusus ketika seorang pembeli akan membeli tenda baru dengan membawa tenda lamanya.

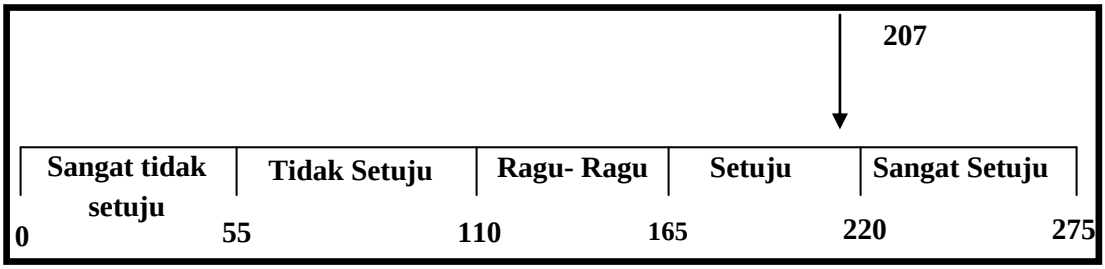
Berdasarkan table di atas, persentasi skor untuk imbalan khusus ketika anda membeli dalam jumlah skala yang besar adalah sebesar 212 yang terletak antara rentang 165 dan 220. Dengan demikian, jumlah skor imbalan khusus berada pada tingkat setuju.

Indikator kedua dari variabel penetapan harga dalam kuisioner ini adalah penetapan harga promosi yaitu, Yaitu penetapan harga dibawah daftar harga bahkan dibawah harga pokok, yang dilakukan pada saat-saat tertentu dalam rangka promosi. Dalm kuisioner ini penulis menggunakan dua ukuran yang menjadi pertanyaan yaitu, memasang harga miring pada beberapa barang, Pada even pameran tertentu penjual memasang harga khusus. Dengan hasil kusioner sebagai berikut :

Tabel 4.8
PT. Tenda Trijaya Indonesia Memasang Harga Miring Pada Beberapa Barang Dan Berfungsi Sebagai Tumbal(Loss Leader) Untuk Menarik Calon Pembeli

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat Setuju	5	11	20,00	55
Setuju	4	24	43,64	96
Ragu-Ragu	3	16	29,09	48
Tidak Setuju	2	4	7,27	8
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total		**55**	**100,00**	**207**

Selanjutnya skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.13
Jumlah Skor Tanggapan Responden mengenai Memasang Harga Miring Pada Beberapa Barang Untuk Menarik Calon Pembeli

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "PT. Tenda Trijaya Indonesia memasang harga miring pada beberapa barang dan berfungsi sebagai tumbal(loss leader) untuk menarik calon pembeli". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 55 orang yang ditelili ternyata sebanyak 24 orang (43,64%) menyatakan setuju, 16 orang (29,09%) menyatakan ragu-ragu, 11 orang (20,00%) menyatakan sangat setuju, dan 4 orang (7,27%) menyatakan tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa hampir sebagian responden atau 24 dari 55 responden menyatakan PT. Tenda Trijaya Indonesia memasang harga miring pada beberapa barang dan berfungsi sebagai tumbal(loss leader) untuk menarik calon pembeli.

Berdasarkan table di atas, persentasi skor untuk Memasang Harga Miring Pada Beberapa Barang Untuk Menarik Calon Pembeli adalah sebesar 207 yang

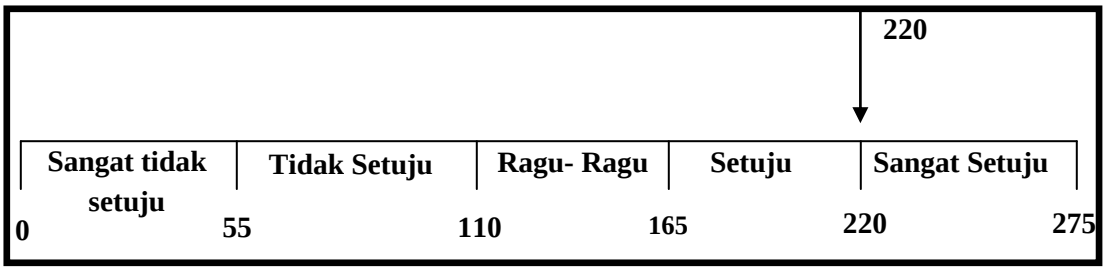
terletak antara rentang 165 dan 220. Dengan demikian, jumlah skor Memasang Harga Miring berada pada tingkat setuju.

Dalam kusioner yang menjadi pertanyaan kelima adalah ukuran kedua dari indikator penetapan harga promosi dari ukuran kedua yaitu Pada musim-musim tertentu penjual memasang harga khusus unutk memikat pembeli lebih banyak lagi. Dengan hasil kusioner sebagai berikut :

Tabel 4.9
Pada Even Pameran Tertentu PT. Tenda Trijaya Indonesia Memasang Harga Khusus Untuk Memikat Pembeli Lebih Banyak Lagi

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat Setuju	5	18	32,73	90
Setuju	4	22	40,00	88
Ragu-Ragu	3	12	21,82	36
Tidak Setuju	2	3	5,45	6
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total		**55**	**100,00**	**220**

Selanjutnya skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.14
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Memasang Harga Khusus Untuk Memikat Pembeli Lebih Banyak Lagi

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Pada even pameran tertentu PT. Tenda Trijaya Indonesia memasang harga khusus untuk memikat pembeli lebih banyak lagi". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 55 orang yang ditelili ternyata sebanyak 22 orang (40,00%) menyatakan setuju, 18 orang (32,73%) menyatakan sangat setuju, 12 orang (21,82%) menyatakan ragu-ragu, dan 3 orang (5,45%) menyatakan tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa hampir sebagian responden atau 22 dari 55 responden menyatakan Pada even pameran tertentu PT. Tenda Trijaya Indonesia memasang harga khusus untuk memikat pembeli lebih banyak lagi.

Berdasarkan table di atas, persentasi skor untuk Memasang Harga khusus untuk lebih Menarik Calon Pembeli adalah sebesar 220 yang terletak antara rentang 220 dan 275. Dengan demikian, jumlah skor Memasang Harga khusus berada pada tingkat sangat setuju.

Untuk mengetahui tanggapan responden secara keseluruhan untuk variabel penerapan harga (X1) , maka dibuat pengkategorian terlebih dahulu. Berikut ini adalah tabel rekap skor untuk setiap pertanyaan variabel penerapan harga.

Tabel 4.10
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Penerapan Harga

c	Pertanyaan	Skor	Skor Ideal	%
1.	Anda membeli produk tenda di PT. Tenda Trijaya Indonesia mendapatkan potongan tunai ketika anda membayar tepat waktu pada tenda selesai pada tahap produksi	223	275	81,09
2.	Anda membeli produk tenda di PT. Tenda Trijaya Indonesia mendapatkan potongan kuantitas ketika anda membeli dalam jumlah skala yang besar	211	275	76,73
3.	PT. Tenda Trijaya Indonesia memberikan imbalan khusus ketika seorang pembeli akan membeli tenda baru dengan membawa tenda lamanya.	212	275	77,09
4.	PT. Tenda Trijaya Indonesia memasang harga miring pada beberapa barang dan berfungsi sebagai tumbal(loss leader) untuk menarik calon pembeli.	207	275	75,27
5.	Pada even pameran tertentu PT. Tenda Trijaya Indonesia memasang harga khusus untuk memikat pembeli lebih banyak lagi	220	275	80,00
Total		**1073**	**1375**	**78,04**

Sumber : data primer yang telah diolah penulis dari kuesioner, tahun 2011

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

Menghitung jarak interval untuk 5 pertanyaan dengan 55 responden

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

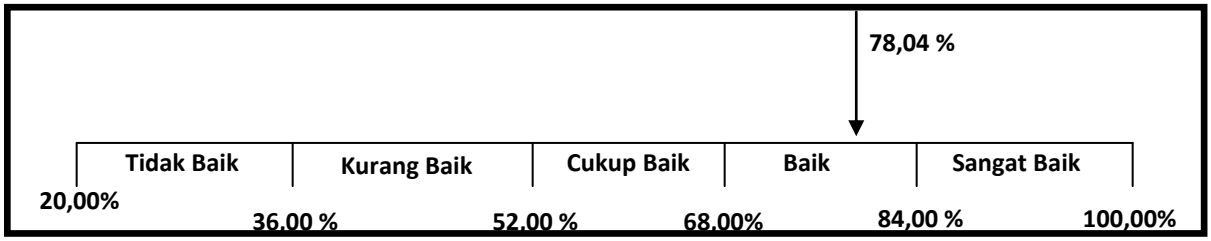
= 5 x 5 x 100

= 2500

$$\%Skor = \frac{SkorAktual}{SkorIdeal} x100\%$$

$$\%Skor = \frac{1073}{2500} x100\% = 78.04\ \%$$

Selanjutnya skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.15
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Penerapan Harga

Berdasarkan table di atas, persentasi skor total untuk penerapan harga adalah sebesar 78,04% yang terletak antara rentang 68,00% dan 84,00%. Dengan demikian, penerapan harga berada pada tingkat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa penerapan harga di PT. Tenda Trijaya Indonesia sudah baik.

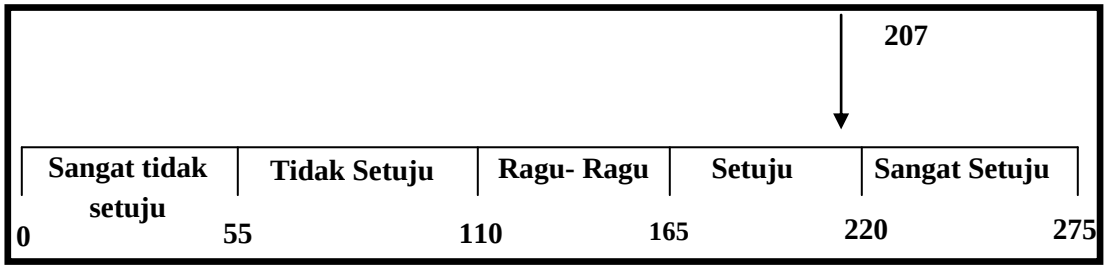
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk

Indikator pertama dari variabel kualias produk yang menjadi pertanyaan ke enam dalam kuisioner adalah Kinerja (performance) yaitu berkaitan dengan aspek fungsional dari produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan ketika ingin membeli suatu produk. Dengan hasil kuisioner sebagai berikut:

Tabel 411
Kinerja tenda Di PT. Tenda Trijaya Indonesia Kokoh / kuat ketika dipasangkan

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat Setuju	5	9	16,36	45
Setuju	4	29	52,73	116
Ragu-Ragu	3	12	21,82	36
Tidak Setuju	2	5	9,09	10
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total		55	100,00	207

Selanjutnya skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.16
Jumlah Skor tanggapan Responden Mengenai Kinerja Tenda Kokoh/Kuat Ketika Dipasangakan

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Kinerja tenda di PT. Tenda Trijaya Indonesia kokoh/kuat ketika dipasangakan". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 55 orang yang ditelili ternyata sebanyak 29 orang (52,73%) menyatakan setuju, 12 orang (21,82%) menyatakan ragu-ragu, 9 orang (16,36%) menyatakan sangat setuju, dan 5 orang (9,09%) menyatakan tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa lebih dari sebagian responden atau 29 dari 55 responden menyatakan kinerja tenda di PT. Tenda Trijaya Indonesia kokoh/kuat ketika dipasangakan.

Berdasarkan table di atas, persentasi skor untuk kinerja tenda yang kokoh dan kuat ketika dipasangkan adalah sebesar 207 yang terletak antara rentang 165 dan 220. Dengan demikian, jumlah skor kinerja tenda yang kokoh dan kuat ketika dipasangkan berada pada tingkat setuju.

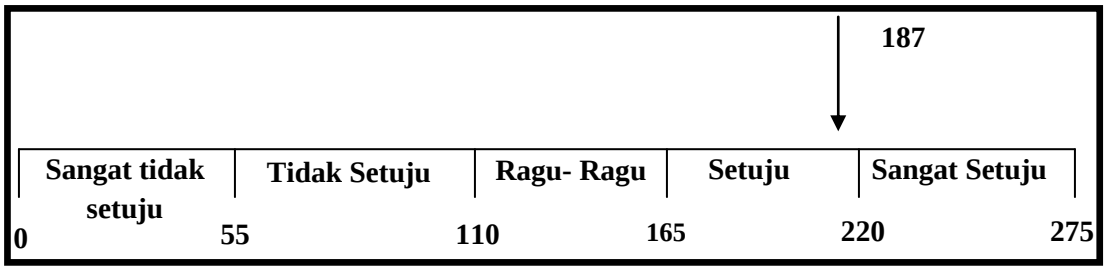
Indikator kedua dari variabel kualias produk yang menjadi pertanyaan ke tujuh dalam kuisioner adalah Ciri-ciri atau kistimewaan tambahan (features), yaitu merupakan aspek kedua dari perporma yang menambah fungsi dasar berkaitan dengan pilihan–pilihan dan pengembangannya. karakteristik sekunder atau pelengkap.kelengkapan tenda seperti alat pasang sasak, palu, tali dll. dengan hasil kuisioner sebagai berikut:

Tabel 4.12

Kelengkapan Tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia Lengkap Seperti Alat Pasang Sasak, Palu, Tali Dll

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat Setuju	5	12	21,82	60
Setuju	4	10	18,18	40
Ragu-Ragu	3	21	38,18	63
Tidak Setuju	2	12	21,82	24
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total		**55**	**100,00**	**187**

Selanjutnya skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.17
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Kelengkapan Tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia Lengkap Seperti Alat Pasang Sasak, Palu, Tali Dll

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Kelengkapan tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia lengkap seperti alat pasang sasak, palu, tali dll". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 55 orang yang ditelili ternyata sebanyak 21 orang (38,18%) menyatakan ragu-ragu, masing-masing 12 orang (21,82%) menyatakan sangat setuju dan tidak setuju, dan 10 orang (18,18%) menyatakan setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian kecil responden atau 21 dari 55 responden menyatakan ragu-ragu atas pernyataan kelengkapan tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia lengkap seperti alat pasang sasak, palu, tali dll.

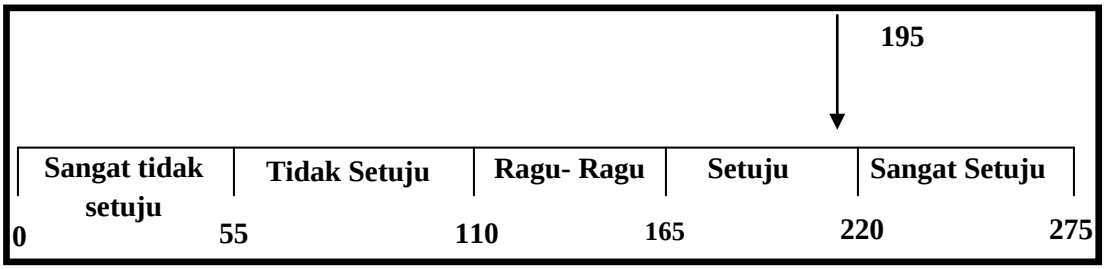
table di atas, persentasi skor untuk Kelengkapan tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia lengkap seperti alat pasang sasak, palu, tali dll adalah sebesar 187 yang terletak antara Berdasarkan rentang 165 dan 220. Dengan demikian, jumlah skor Kelengkapan tenda berada pada tingkat setuju.

Indikator ketiga dari variabel kualias produk yang menjadi pertanyaan ke delapan dalam kuisioner adalah Kehandalan (reability), yaitu berkaitan dengan kemungkinan suatu produk berfungsi secara berhasil dalam periode waktu tertentu dibawah kondisi tertentu. kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal. Dengan hasil kuisioner sebagai berikut.

Tabel 4.13
Kehandalan Tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia Berfungsi Secara Berhasil Dalam Periode Waktu Tertentu Dibawah Kondisi Tertentu Seperti Hujan, Angin, Panas Dll

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat Setuju	5	8	14,55	40
Setuju	4	18	32,73	72
Ragu-Ragu	3	25	45,45	75
Tidak Setuju	2	4	7,27	8
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total		**55**	**100,00**	**195**

Selanjutnya skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.18
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Kehandalan Tenda Berfungsi Secara Berhasil Dalam Periode Waktu Tertentu

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Kehandalan tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia berfungsi secara berhasil dalam periode waktu tertentu dibawah kondisi tertentu seperti hujan, angin, panas dll". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 55 orang yang ditelili ternyata sebanyak 25 orang (45,45%) menyatakan ragu-ragu, 18 orang (32,73%) menyatakan setuju, 8 orang (14,55%) menyatakan sangat setuju dan 4 orang (7,27%) menyatakan tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa hampir sebagian responden atau 25 dari 55 responden menyatakan ragu-ragu atas pernyataan kehandalan tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia berfungsi secara berhasil dalam periode waktu tertentu dibawah kondisi tertentu seperti hujan, angin, panas dll.

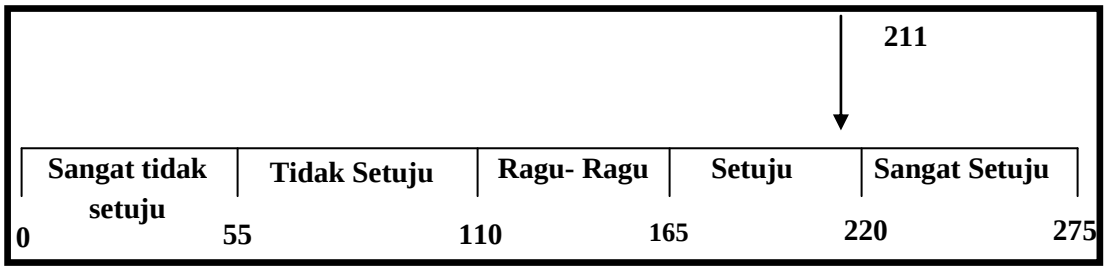
Berdasarkan table di atas, persentasi skor untuk Kehandalan tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia berfungsi secara berhasil dalam periode waktu tertentu dibawah kondisi tertentu seperti hujan, angin, panas adalah sebesar 195 yang terletak antara rentang 165 dan 220. Dengan demikian, jumlah skor Kehandalan tenda berada pada tingkat setuju.

Indikator ke empat dari variabel kualias produk yang menjadi pertanyaan ke Sembilan dalam kuisioner adalah kesesuaian dengan spesifikasi (comformance to specifications), yaitu sejauhmana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Yaitu sejauhmana kesesuian spesifikasi yang telah ditentukan konsumen dalam memesan produk tenda. Dengan hasil kuisioner sebagai berikut:

Tabel 4.14
Kesesuaian Tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia Sesuai Spesifikasi Yang Telah Ditentukan Sesuai Dengan Keinginan Konsumen

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat Setuju	5	12	21,82	60
Setuju	4	25	45,45	100
Ragu-Ragu	3	15	27,27	45
Tidak Setuju	2	3	5,45	6
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total		**55**	**100,00**	**211**

Selanjutnya skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.19
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Tenda Dengan Keinginan Konsumen

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Kesesuaian tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia sesuai spesifikasi yang telah ditentukan sesuai dengan keinginan konsumen". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 55 orang yang ditelili ternyata sebanyak 25 orang (45,45%) menyatakan setuju, 15 orang (27,27%) menyatakan ragu-ragu, 12 orang (21,82%) menyatakan sangat setuju dan 3 orang (5,45%) menyatakan tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa hampir sebagian responden atau 25 dari 55 responden menyatakan kesesuaian tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia sesuai spesifikasi yang telah ditentukan sesuai dengan keinginan konsumen.

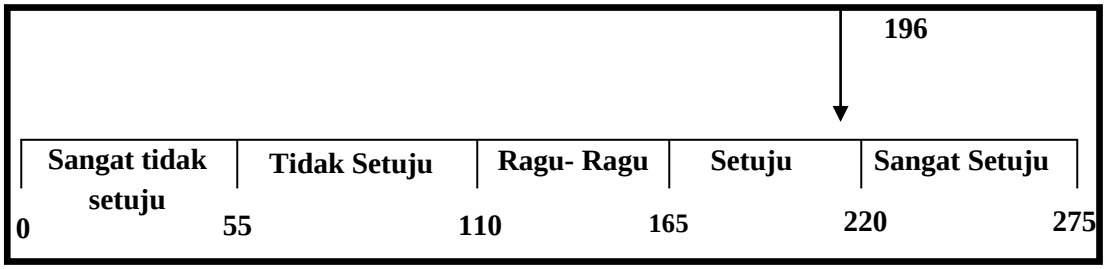
Berdasarkan table di atas, persentasi skor untuk Kesesuaian tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia sesuai spesifikasi yang telah ditentukan sesuai dengan keinginan konsumen adalah sebesar 211 yang terletak antara Berdasarkan rentang 165 dan 220. Dengan demikian, jumlah skor Kesesuaian tenda berada pada tingkat setuju.

Indikator ke lima dari variabel kualias produk yang menjadi pertanyaan ke Sepuluh dalam kuisioner adalah Daya tahan (durability), merupakan berapa lama daya pakai suatu produk karakteristik ini berkaitan dengan daya tahan produk ini. Yaitu berkaitan dengan berapa lama daya pakai produk tenda. Dengan hasil kuisioner sebagai berikut :

Tabel 4.15
Daya Tahan Tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia Sangat Lama Jauh Dalam Mengalami Kerusakan

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat Setuju	5	8	14,55	40
Setuju	4	23	41,82	92
Ragu-Ragu	3	16	29,09	48
Tidak Setuju	2	8	14,55	16
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total		**55**	**100,00**	**196**

Selanjutnya skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.20
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Daya Tahan Tenda Sangat Lama Jauh Dalam Mengalami Kerusakan

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Daya tahan tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia sangat lama jauh dalam mengalami kerusakan". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 55 orang yang ditelili ternyata sebanyak 23 orang (41,82%) menyatakan setuju, 16 orang (29,09%) menyatakan ragu-ragu, dan masing-masing 8 orang (14,55%) menyatakan sangat setuju dan tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa hampir sebagian responden atau 23 dari 55 responden menyatakan daya tahan tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia sangat lama jauh dalam mengalami kerusakan.

Berdasarkan table di atas, persentasi skor untuk Daya tahan tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia sangat lama jauh dalam mengalami kerusakan adalah sebesar 196 yang terletak antara Berdasarkan rentang 165 dan 220. Dengan demikian, jumlah skor Daya tahan tenda berada pada tingkat setuju.

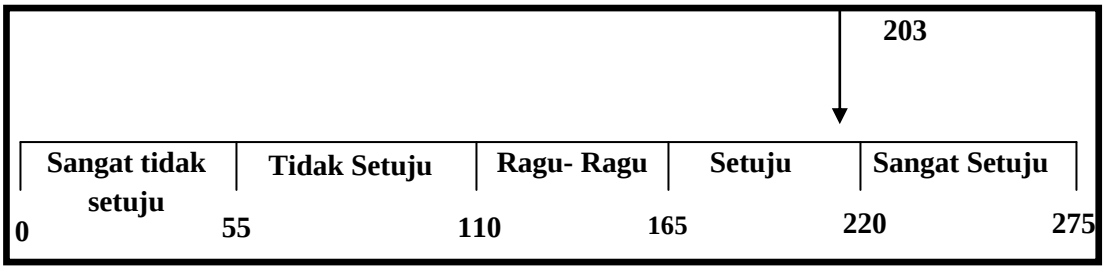
Indikator ke enam dari variabel kualias produk yang menjadi pertanyaan ke Sebelas dalam kuisioner adalah Kemampuan pelayanan (Serviceability), merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan / keseragaman, komptensi, kemudahan serta akurasi dalam perbaikan. Dengan hasil kuisioner sebagai berikut :

Tabel 4.16

Kemampuan Pelayanan Tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia Berfungsi Secara Berhasil Ketika Dalam Kecepatan Dan Kemudahan Dalam Memperbaiki Tenda

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat Setuju	5	15	27,27	75
Setuju	4	14	25,45	56
Ragu-Ragu	3	22	40,00	66
Tidak Setuju	2	2	3,64	4
Sangat Tidak Setuju	1	2	3,64	2
Total		**55**	**100,00**	**203**

Selanjutnya skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.21
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan Pelayanan Tenda Berfungsi Secara Berhasil Ketika Dalam Memperbaiki Tenda

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Kemampuan pelayanan tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia berfungsi secara berhasil ketika dalam kecepatan dan kemudahan dalam memperbaiki tenda". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 55 orang yang ditelili ternyata sebanyak 22 orang (40,00%) menyatakan ragu-ragu, 15 orang (27,27%) menyatakan sangat setuju, 14 orang (25,45%) menyatakan setuju dan masing-masing 2 orang (3,64%) menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa hampir sebagian responden atau 22 dari 55 responden menyatakan ragu-ragu atas pernyataan kemampuan pelayanan tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia berfungsi secara berhasil ketika dalam kecepatan dan kemudahan dalam memperbaiki tenda.

Berdasarkan table di atas, persentasi skor untuk Kemampuan pelayanan tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia berfungsi secara berhasil ketika dalam kecepatan dan

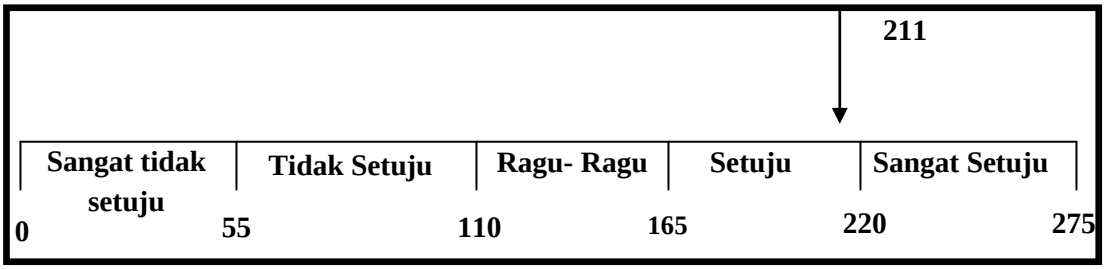
kemudahan dalam memperbaiki tenda adalah sebesar 203 yang terletak antara Berdasarkan rentang 165 dan 220. Dengan demikian, jumlah skor kemampuan pelayanan tenda berada pada tingkat setuju.

Indikator ke tujuh dari variabel kualias produk yang menjadi pertanyaan ke duabelas dalam kuisioner adalah Estetika , merupakan karakteristik mengenai keindahan yang bersifat subyektif sehingga berkaitan dengan pertimbangan pribadi dari refleksi dan referensi. Dengan demikian estetika suatu produk dan mencakup karakteristik tertentu seperti keindahan ketika tenda di pasangkan. Dengan hasil kuisioner sebagai berikut:

Tabel 4.17
Keindahan Beberapa Tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia Menjadi Unggulan Dibanding Tenda Dari Para Pesaing

Tanggapan	Bobot Skor	F	%	Jumlah Skor
Sangat Setuju	5	11	20,00	55
Setuju	4	31	56,36	124
Ragu-Ragu	3	8	14,55	24
Tidak Setuju	2	3	5,45	6
Sangat Tidak Setuju	1	2	3,64	2
Total		**55**	**100,00**	**211**

Selanjutnya skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.22
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Keindahan Beberapa Tenda Dibanding Tenda Dari Para Pesaing

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Keindahan beberapa tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia menjadi unggulan dibanding tenda dari para pesaing". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 55 orang yang ditelili ternyata sebanyak 31 orang (56,36%) menyatakan setuju, 11 orang (20,00%) menyatakan sangat setuju, 8 orang (14,55%) menyatakan ragu-ragu, 3 orang (5,45%) menyatakan tidak setuju, dan 2 orang (3,64%) menyatakan sangat tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa lebih dari sebagian responden atau 31 dari 55 responden menyatakan keindahan beberapa tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia menjadi unggulan dibanding tenda dari para pesaing.

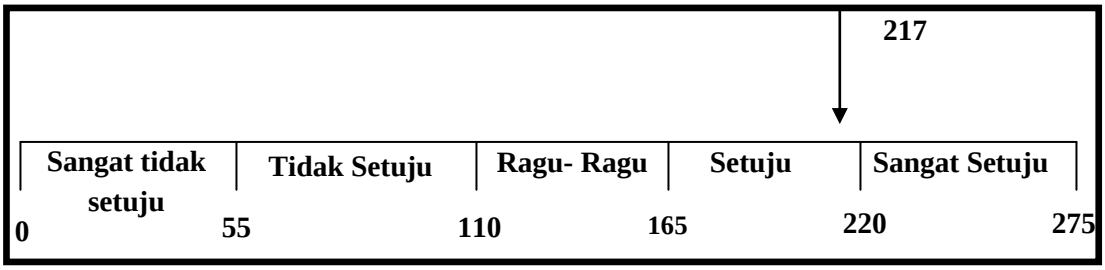
Berdasarkan table di atas, persentasi skor untuk keindahan beberapa tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia menjadi unggulan dibanding tenda dari para pesaing adalah sebesar 211 yang terletak antara Berdasarkan rentang 165 dan 220. Dengan demikian, jumlah skor keindahan tenda berada pada tingkat setuju.

Indikator ke delapan dari variabel kualias produk yang menjadi pertanyaan ke tigabelas dalam kuisioner adalah Kualitas yang dipersepsikan (perceived quality), bersifat subyektif berkaitan dengan perasaan pelanggan dalam mengkonsumsi produk. Hal ini dapat juga berupa karakteristik yang berkaitan dengan reputasi seperti bangga ketika menggunakan produk tenda. Dengan hasil kuisioner sebagai berikut:

Tabel 4.18
Kualitas Yang Dipersepsikan Konsumen Bangga Pada Saat Menggunakan Tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat Setuju	5	17	30,91	85
Setuju	4	21	38,18	84
Ragu-Ragu	3	14	25,45	42
Tidak Setuju	2	3	5,45	6
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total		**55**	**100,00**	**217**

Selanjutnya skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.23
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Yang Dipersepsikan Konsumen Bangga Pada Saat Menggunakan Tenda

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Kualitas yang dipersepsikan konsumen bangga pada saat menggunakan tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 55 orang yang ditelili ternyata sebanyak 21 orang (38,18%) menyatakan setuju, 17 orang (30,91%) menyatakan sangat setuju, 14 orang (25,45%) menyatakan ragu-ragu, dan 3 orang (5,45%) menyatakan tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian kecil responden atau 21 dari 55 responden menyatakan Kualitas yang dipersepsikan konsumen bangga pada saat menggunakan tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia.

Berdasarkan table di atas, persentasi skor untuk Kualitas yang dipersepsikan konsumen bangga pada saat menggunakan tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia adalah sebesar 217 yang terletak antara Berdasarkan rentang 165 dan 220. Dengan demikian, jumlah skor keindahan tenda berada pada tingkat setuju.

Untuk mengetahui tanggapan responden secara keseluruhan untuk variabel kualitas produk (X2) , maka dibuat pengkategorian terlebih dahulu. Berikut ini adalah tabel rekap skor untuk setiap pertanyaan variabel kualitas produk.

Tabel 4.19

Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk

No	Pertanyaan	Skor	Skor Ideal	%
1.	Kinerja tenda di PT. Tenda Trijaya Indonesia kokoh/kuat ketika dipasangakan	207	275	75,27
2.	Kelengkapan tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia lengkap seperti alat pasang sasak, palu, tali dll	187	275	68,00
3.	Kehandalan tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia berfungsi secara berhasil dalam periode waktu tertentu dibawah kondisi tertentu seperti hujan, angin, panas dll.	195	275	70,91
4.	Kesesuaian tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia sesuai spesifikasi yang telah ditentukan sesuai dengan keinginan konsumen	211	275	76,73
5.	Daya tahan tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia sangat lama jauh dalam mengalami kerusakan	196	275	71,27
6.	Kemampuan pelayanan tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia berfungsi secara berhasil ketika dalam kecepatan dan kemudahan dalam memperbaiki tenda	203	275	73,82
7.	Keindahan beberapa tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia menjadi unggulan dibanding tenda dari para pesaing	211	275	76,73
8.	Kualitas yang dipersepsikan konsumen bangga pada saat menggunakan tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia	217	275	78,91
Total		**1627**	**2200**	**73,95**

Sumber : data primer yang telah diolah penulis dari kuesioner, tahun 2011

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

Menghitung jarak interval untuk 5 pertanyaan dengan 55 responden

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

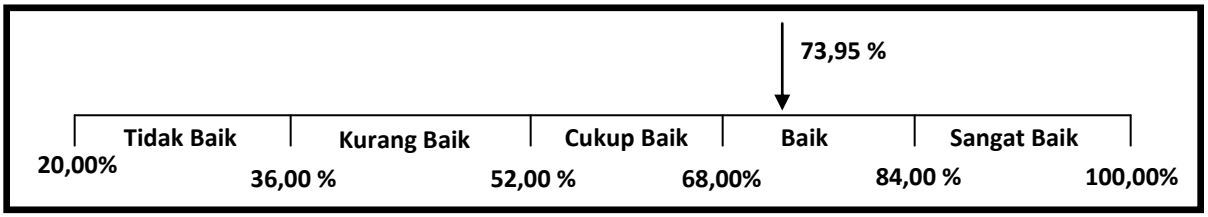
= 5 x 8 x 100

= 4000

$$\%Skor = \frac{SkorAktual}{SkorIdeal} x100\%$$

$$\%Skor = \frac{1627}{4000} x100\% = 73{,}95\ \%$$

Selanjutnya skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.19
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk

Berdasarkan table di atas, persentasi skor total untuk kualitas produk adalah sebesar 73,95% yang terletak antara rentang 68,00% dan 84,00%. Dengan demikian, kualitas produk berada pada tingkat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas produk di PT. Tenda Trijaya Indonesia sudah baik.

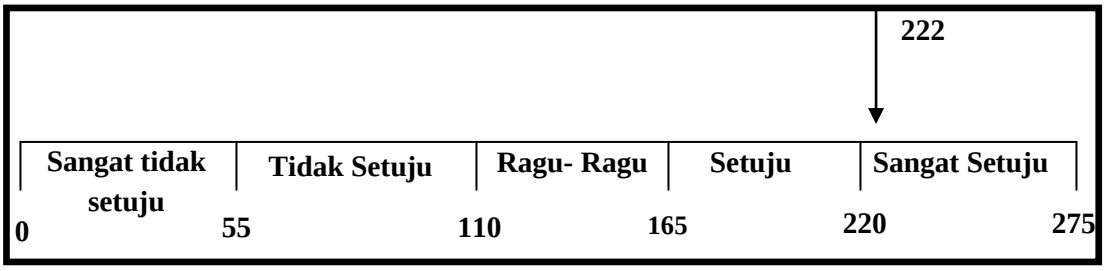
4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian

Indikator pertama adalah pengenalan masalah, yaitu merupakan tahap pertama proses keputusan pembelian dimana konsumen mengenali permasalahan atau kebutuhan. Dalam kuesioner ini penulis menggunakan satu pertanyaan untuk indikator pengenalan masalah dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.20
Menurut Saya Kebutuhan Produk Tenda Sebagai Kelengkapan Kegiatan Penjualan, Perkemahan, Pengungsian Dll

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat Setuju	5	14	25,45	70
Setuju	4	29	52,73	116
Ragu-Ragu	3	12	21,82	36
Tidak Setuju	2	0	0,00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total		**55**	**100,00**	**222**

Selanjutnya skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.24
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Kebutuhan Produk Tenda Sebagai Kelengkapan Kegiatan Penjualan, Perkemahan, Pengungsian Dll

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Menurut saya kebutuhan produk tenda sebagai kelengkapan kegiatan penjualan,

perkemahan, pengungsian dll". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 55 orang yang ditelili ternyata sebanyak 29 orang (52,73%) menyatakan setuju, 14 orang (25,45%) menyatakan sangat setuju, dan 12 orang (21,82%) menyatakan ragu-ragu.

Hal ini mengindikasikan bahwa lebih dari sebagian responden atau 29 dari 55 responden menyatakan kebutuhan produk tenda sebagai kelengkapan kegiatan penjualan, perkemahan, pengungsian dll.

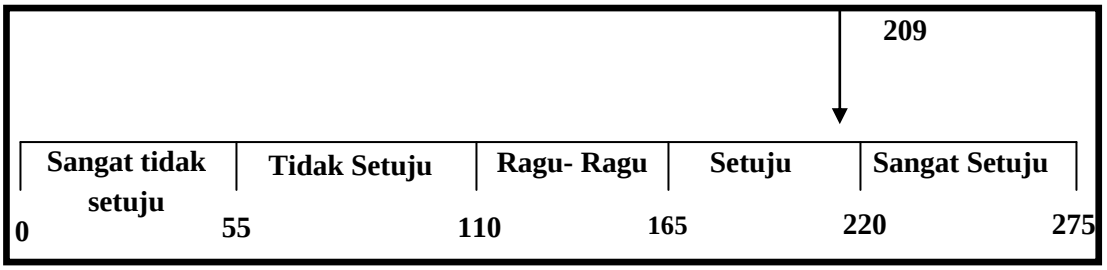
Berdasarkan table di atas, persentasi skor untuk kebutuhan produk tenda sebagai kelengkapan kegiatan penjualan, perkemahan, pengungsian dll adalah sebesar 222 yang terletak antara Berdasarkan rentang 220 dan 275. Dengan demikian, jumlah skor kebutuhan produk tenda sebagai kelengkapab kegitan berada pada tingkat sangat setuju.

Indikator kedua adalah pencarian informasi, yang merupakan tahap proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen tergerak untuk mencari informasi tambahan, konsumen mungkin sekedar meningkatkan perhatian atau mungkin pula mencari informasi secara aktif. Seperti pencarian informasi mengnai produk tenda dengan produk tenda lainya atau para pesaing Dalam kuesioner ini penulis menggunakan dua pertanyaan untuk indikator pencarian informasi dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.21
Saya Memiliki Dorongan Kuat Untuk Mengetahui Lebih Lanjut Mengenai Produk Tenda

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat Setuju	5	14	25,45	70
Setuju	4	18	32,73	72
Ragu-Ragu	3	21	38,18	63
Tidak Setuju	2	2	3,64	4
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total		**55**	**100,00**	**209**

Selanjutnya skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.25
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Dorongan Kuat Untuk Mengetahui Lebih Lanjut Mengenai Produk Tenda

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya memiliki dorongan kuat untuk mengetahui lebih lanjut mengenai produk tenda". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 55 orang yang ditelili ternyata sebanyak 21 orang (38,18%) menyatakan ragu-ragu, 18 orang (32,73%) menyatakan setuju, 14 orang (25,45%) menyatakan sangat setuju, dan 2 orang (3,64%) menyatakan tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian kecil responden atau 21 dari 55 responden menyatakan ragu-ragu atas pernyataan memiliki dorongan kuat untuk mengetahui lebih lanjut mengenai produk tenda.

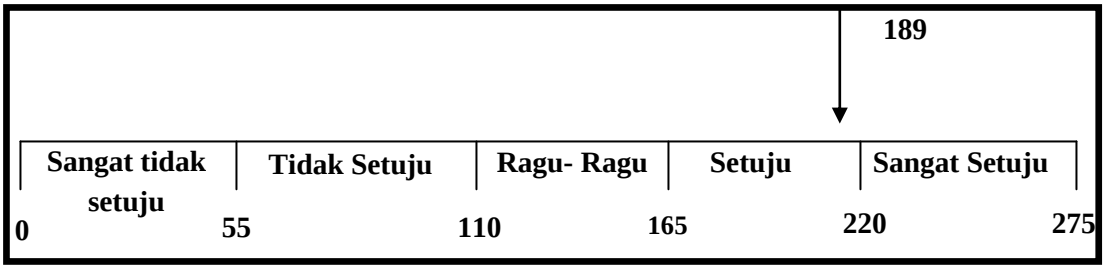
Berdasarkan table di atas, persentasi skor untuk, dorongan kuat untuk mengetahui lebih lanjut mengenai produk tenda adalah sebesar 209 yang terletak antara Berdasarkan rentang 165 dan 220. Dengan demikian, jumlah skor dorongan kuat untuk mengetahui lebih lanjut mengenai produk tenda berada pada tingkat setuju.

Indikator ke tiga adalah evaluasi alternaif, yaitu merupakan tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi berbagai produk tenda alternatif di dalam serangkaian pilihan. Dalam kuesioner ini penulis menggunakan satu pertanyaan untuk indikator evaluasi alternaif dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.22
Saya Memiliki Penilaian Lebih Baik Mengenai Produk Tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia Dibandingkan Produk Tenda Pesaing

Tanggapan	Bobot Skor	F	%	Jumlah Skor
Sangat Setuju	5	6	10,91	30
Setuju	4	16	29,09	64
Ragu-Ragu	3	29	52,73	87
Tidak Setuju	2	4	7,27	8
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total		**55**	**100,00**	**189**

Selanjutnya skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.26
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Saya Memiliki Penilaian Lebih Baik Mengenai Produk Tenda Dibandingkan Produk Tenda Pesaing

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya memiliki penilaian lebih baik mengenai produk tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia dibandingkan produk tenda pesaing". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 55 orang yang ditelili ternyata sebanyak 29 orang (52,73%) menyatakan ragu-ragu, 16 orang (29,09%) menyatakan setuju, 6 orang (10,91%) menyatakan sangat setuju, dan 4 orang (7,27%) menyatakan tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa lebih dari sebagian responden atau 29 dari 55 responden menyatakan ragu-ragu atas pernyataan memiliki penilaian lebih baik mengenai produk tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia dibandingkan produk tenda pesaing.

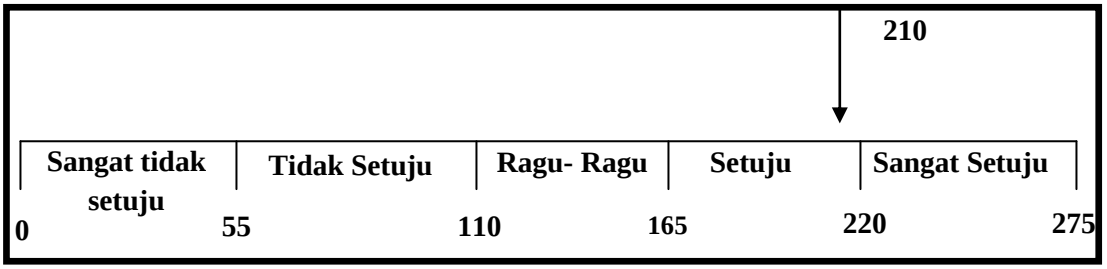
Berdasarkan table di atas, persentasi skor untuk, penilaian lebih baik mengenai produk tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia dibandingkan produk tenda pesaing adalah sebesar 189 yang terletak antara Berdasarkan rentang 165 dan 220. Dengan demikian, jumlah skor dorongan kuat untuk penilaian lebih baik dibandingkan produk lain berada pada tingkat setuju.

Indikator ke empat adalah keputusan pembelian, yaitu merupakan tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Secara umum, keputusan pembelian konsumen akan membeli produk tenda yang paling disukai. Dalam kuesioner ini penulis menggunakan satu pertanyaan untuk indikator keputusan pembelian dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.23
Saya Yakin Dengan Keputusan Saya Untuk Membeli Produk Tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia Adalah Keputusan Yang Tepat

Tanggapan	Bobot Skor	F	%	Jumlah Skor
Sangat Setuju	5	7	12,73	35
Setuju	4	32	58,18	128
Ragu-Ragu	3	15	27,27	45
Tidak Setuju	2	1	1,82	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total		**55**	**100,00**	**210**

Selanjutnya skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.27
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Saya Untuk Membeli Produk Tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia Adalah Keputusan Yang Tepat

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya yakin dengan keputusan saya untuk membeli produk tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia adalah keputusan yang tepat". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 55 orang yang ditelili ternyata sebanyak 32 orang (58,18%) menyatakan setuju, 15 orang (27,27%) menyatakan ragu-ragu, 7 orang (12,73%) menyatakan sangat setuju, dan 1 orang (1,82%) menyatakan tidak setuju.

Hal ini mengindikasikan bahwa lebih dari sebagian responden atau 32 dari 55 responden menyatakan ragu-ragu atas pernyataan yakin dengan keputusan saya untuk membeli produk tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia adalah keputusan yang tepat.

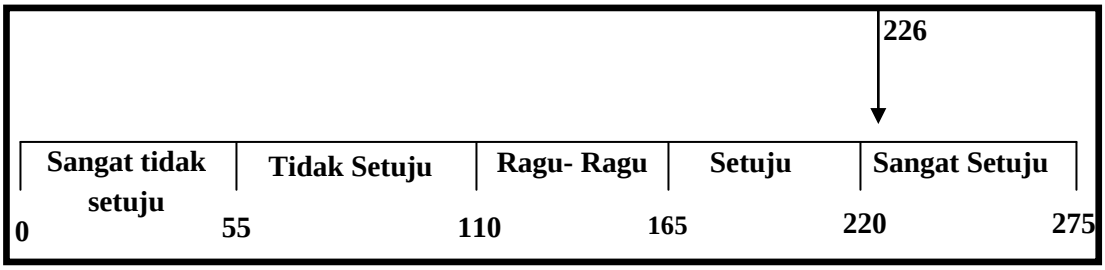
Berdasarkan table di atas, persentasi skor untuk, keputusan saya untuk membeli produk tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia adalah keputusan yang tepat adalah sebesar 210 yang terletak antara Berdasarkan rentang 165 dan 220. Dengan demikian, jumlah skor keputusan saya untuk membeli produk tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia berada pada tingkat setuju.

Indikator ke lima adalah perilaku pasca pembelian, yaitu merupakan tahap proses keputusan pembeli konsumen melakukan tindakan lebih lanjut setelah pembelian berdasarkan pada kepuasan atau ketidak puasan mereka terhadap produk yang telah digunakannya. Dalam kuesioner ini penulis menggunakan satu pertanyaan untuk indikator perilaku pasca pembelian dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.24
Saya Sangat Puas Setelah Membeli Dan Menggunakan Produk Tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia

Tanggapan	Bobot Skor	F	%	Jumlah Skor
Sangat Setuju	5	21	38,18	105
Setuju	4	19	34,55	76
Ragu-Ragu	3	15	27,27	45
Tidak Setuju	2	0	0,00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total		**55**	**100,00**	**226**

Selanjutnya skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Tabel 4.28
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Perilaku Setelah Membeli Dan Menggunakan Produk Tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya sangat puas setelah membeli dan menggunakan produk tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 55 orang yang ditelili ternyata sebanyak 21 orang (38,18%) menyatakan sangat setuju, 19 orang (34,55%) menyatakan setuju, , dan 15 orang (27,27%) menyatakan ragu-ragu.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian kecil responden atau 21 dari 55 responden menyatakan sangat puas setelah membeli dan menggunakan produk tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia.

Berdasarkan table di atas, persentasi skor untuk, perilaku setelah membeli dan menggunakan produk tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia adalah keputusan yang tepat adalah sebesar 210 yang terletak antara Berdasarkan rentang 165 dan 220. Dengan demikian, jumlah skor perilaku setelah membeli dan menggunakan produk tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia berada pada tingkat sangat setuju.

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	Skor Ideal	%
1.	Menurut saya kebutuhan produk tenda sebagai kelengkapan kegiatan penjualan, perkemahan, pengungsian dll	222	275	80,73
2.	Saya memiliki dorongan kuat untuk mengetahui lebih lanjut mengenai produk tenda	209	275	76,00
3.	Saya memiliki penilaian lebih baik mengenai produk tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia dibandingkan produk tenda pesaing	189	275	68,73
4.	Saya yakin dengan keputusan saya untuk membeli produk tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia adalah keputusan yang tepat	210	275	76,36
5.	Saya sangat puas setelah membeli dan menggunakan produk tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia	226	275	82,18
Total		**1056**	**1375**	**76,80**

Sumber : data primer yang telah diolah penulis dari kuesioner, tahun 2011

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

Menghitung jarak interval untuk 5 pertanyaan dengan 55 responden

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

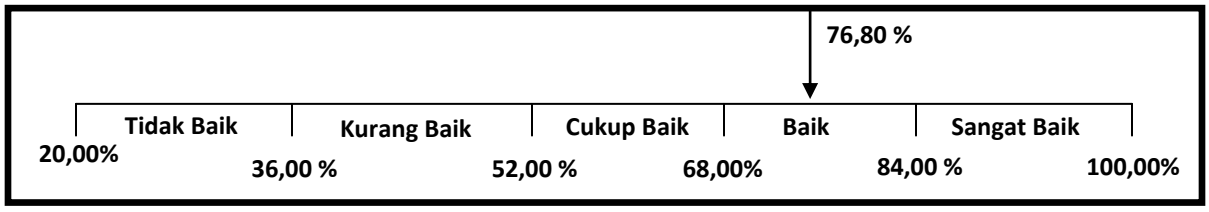
= 5 x 5 x 100

= 2500

$$\%Skor = \frac{SkorAktual}{SkorIdeal} x100\%$$

$$\%Skor = \frac{1056}{2500} x100\% = 76{,}80\ \%$$

Selanjutnya skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.29
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian

Berdasarkan table di atas, persentasi skor total untuk Keputusan Pembelian adalah sebesar 76,80% yang terletak antara rentang 68,00% dan 84,00%. Dengan demikian, Keputusan Pembelian berada pada tingkat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa Keputusan Pembelian di PT. Tenda Trijaya Indonesia sudah baik.

4.4 Analisis Verifikatif

4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk melihat pengaruh antara Penetapan Harga (X1), dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y), maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut :

$$\hat{Y} = \beta 0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Dimana :

$\hat{Y}$ = *Keputusan pembelian*

X_1 = *penetapan harga*

X_2 = *kualitas produk*

β_0 = Konstanta

Table 4.26
Tebel Penolong Untuk Menghitung
Persamaan Regresi Dan Uji Korelasi

Resp	X1	X2	Y	X1Y	X2Y	X1X2	X1^2	X2^2	Y2
1	16,604	22,472	13,740	228,137	308,763	373,122	275,690	504,989	188,786
2	16,781	22,142	14,014	235,163	310,302	371,559	281,586	490,280	196,393
3	14,759	25,981	15,156	223,683	393,762	383,452	217,827	675,012	229,697
4	19,953	22,572	16,198	323,201	365,618	450,382	398,132	509,489	262,373
5	19,960	26,706	13,886	277,168	370,851	533,056	398,397	713,232	192,828
6	18,625	25,583	15,924	296,589	407,376	476,492	346,909	654,478	253,569
7	17,959	23,682	17,887	321,225	423,605	425,307	322,516	560,858	319,940

8	14,661	25,628	13,980	204,961	358,282	375,740	214,949	656,810	195,438
9	13,432	28,636	12,547	168,532	359,297	384,637	180,418	820,017	157,429
10	15,743	23,173	15,013	236,349	347,891	364,808	247,842	536,975	225,389
dst	…	…	…	…	…	…	…	…	…
55	14,759	21,354	14,764	217,904	315,276	315,165	217,827	455,999	217,981
Total	**834,459**	**1268,246**	**776,516**	**12047,928**	**18265,445**	**19579,602**	**13274,486**	**30199,743**	**11381,930**

Berdasarkan table diatas maka dapat disimpukan sebagai berikut:

n =	55	$\sum \mathbf{x_2}^2 =$	30199,743
$\sum \mathbf{x_1} =$	834,459	$\sum \mathbf{y^2} =$	11381,930
$\sum \mathbf{x_2} =$	1268,246	$\sum \mathbf{x_1 y} =$	12047,928
$\sum \mathbf{y} =$	776,516	$\sum \mathbf{x_2 y} =$	18265,445
$\sum \mathbf{x_1}^2 =$	13274,486	$\sum \mathbf{x_1 x_2} =$	19579,602

Untuk menentukan nilai koefisien regresiterlebih dahulu menentukan nilai-nilai statistic berikut ke dalam rumus sebagai berikut:

a. $$\sum X_1^2 = \sum X_1^2 - \frac{\sum X_1{}^2}{n}$$

$$\sum X_1^2 = 13274,486 - \frac{(834,459)^2}{55}$$

$$\sum X_1^2 = 614{,}080$$

b. $\sum X_2^2 = \sum X_2^2 - \frac{\sum X_2{}^2}{n}$

$\sum X_2^2 = 30199,743 - \frac{(1268,246)^2}{55}$

$\sum X_2^2 = 955,235$

c. $\sum Y^2 = \sum Y^2 - \frac{\sum Y{}^2}{n}$

$\sum Y^2 = 11381,930 - \frac{(776,516)^2}{55}$

$\sum Y^2 = 418,701$

d. $\sum X_1 Y = \sum X_1 Y - \frac{\sum X_1 \sum Y}{n}$

$\sum X_1 Y = 12047,928 - \frac{(834,459)(776,516)}{55}$

$\sum X_1 Y = 266,633$

e. $\sum X_2 Y = \sum X_2 Y - \frac{\sum X_2 \sum Y}{n}$

$\sum X_2 Y = 18265,445 - \frac{(1268,246)(776,516)}{55}$

$\sum X_2 Y = 359,741$

f. $$\sum X_1X_2 = \sum X_1X_2 - \frac{\sum X_1 \sum X_2}{n}$$

$$\sum X_1X_2 = 19579{,}602 - \frac{(834{,}459)(1268{,}246)}{55}$$

$$\sum X_1X_2 = 337{,}789$$

Kemudian memasukan nilai-nilai hasil dari jumlah kuadrat ke persamaan b1 b2 dan a seperti yang dijelaskan di bawah ini:

$$b_1 = \frac{\sum X_2^2 \sum X_1Y - \sum X_1X_2 \sum X_2Y}{\sum X_1^2 \sum X_2^2 - \sum X_1X_2^{\ 2}}$$

$$b_1 = \frac{(955{,}235)(266{,}633) - (337{,}789)(359{,}741)}{(641{,}080)(955{,}235) - (337{,}789)^2}$$

$$b_1 = \frac{133180{,}350}{472488{,}797}$$

$$b_1 = 0{,}282$$

$$b_2 = \frac{\sum X_1^2 \sum X_2Y - \sum X_1X_2 \sum X_1Y}{\sum X_1^2 \sum X_2^2 - \sum X_1X_2^{\ 2}}$$

$$b_2 = \frac{(614{,}080)(359{,}741) - (337{,}789)(226{,}633)}{(641{,}080)(955{,}235) - (337{,}789)^2}$$

$$b_2 = \frac{130844,114}{472488,797}$$

$$b_2 = 0,277$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} - b_1\left(\frac{\sum X_1}{n}\right) - b2\left(\frac{\sum X_2}{n}\right)$$

$$a = \frac{776,516}{55} - 0,282\left(\frac{834,459}{55}\right) - 0,277\left(\frac{1268,246}{55}\right)$$

$$a = 3,457$$

Maka, nilai konstanta dan koefisien regresi dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$\hat{Y} = 3,457 + 0,282\ X_1 + 0,277\ X_2$$

Hasil pengolahan *software SPSS 13.0* untuk analisis regresi berganda disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.27

Koefisien Regresi

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.457	1.779		1.944	.057
	Penetapan Harga	.282	.097	.341	2.894	.006
	Kualitas Produk	.277	.078	.418	3.547	.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Output SPSS 13.0

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, diperoleh bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$\hat{Y} = 3{,}457 + 0{,}282\ X_1 + 0{,}277\ X_2$$

Dari persamaan linier berganda diatas dapat dilihat besarnya konstanta adalah 3,457, berarti harga matematis perubahan Keputusan Pembelian (Y) pada saat variabel bebasnya semuanya nol adalah 3,457.

Tanda koefisien regresi variabel bebas menunjukkan arah hubungan dari variabel yang bersangkutan dengan variabel tak bebasnya. Koefisien regresi untuk variabel bebas X_1 (Penetapan Harga) bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Penetapan Harga dan Keputusan Pembelian. Koefisien regresi variabel Penetapan Harga sebesar 0,282 mengandung arti untuk setiap pertambahan Penetapan Harga sebesar satu satuan akan menyebabkan bertambahnya Keputusan Pembelian sebesar 0,282.

Koefisien regresi untuk variabel bebas X_2 (Kualitas Produk) bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian. Koefisien regresi variabel Kualitas Produksebesar 0,277 mengandung arti untuk setiap pertambahan Kualitas Produk sebesar satu satuan akan menyebabkan bertambahnya Keputusan Pembelian sebesar 0,277.

4.4.2 Analisis Korelasi Berganda

Untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan secara bersama-sama antara penerapan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen digunakan analisis korelasi berganda (r).

Adapun rumus statistiknya yaitu sebagai berikut :

$$r_{yz} = \sqrt{\frac{JK_{regresi}}{JK_{total}}}$$

Sugiono (2005 : 149)

Dimana :

r_{yz} = Korelasi Koefisien Berganda

$JK_{regresi}$ = Jumlah Kuadrat Regresi

JK_{total} = Jumlah Kuadrat Total

Dengan ketentuan sebagai berikut :

r_{yz} = -1 artinya terdapat hubungan linier negatif antara variabel X dan Y.

r_{yz} = 0 artinya tidak terdapat hubungan linier antara variabel X dan Y.

r_{yz} = 1 artinya terdapat hubungan linier positif antara variabel dan Y.

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada tabel 3.5 dibawah ini :

Tabel 4.28

Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

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

Sumber : Sugiyono (2009:184)

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan *SPSS 13.0* maka persamaan hubungan korelasi berganda disajika seperti di bawah ini :

Tabel 4.29

ANOVA

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	174.764	2	87.382	18.630	.000[a]
	Residual	243.899	52	4.690		
	Total	418.664	54			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk , Penetapan Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Output SPSS 13.0

$$r_{yz} = \sqrt{\frac{JK_{regresi}}{JK_{total}}}$$

$$r_{yz} = \sqrt{\frac{174,764}{418,664}} = \sqrt{0,417} = 0,646$$

Tabel 4.30

Analisis Korelasi Berganda

Model Summary

Model	R	R Square
1	.646[a]	.417

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk , Penetapan Harga

Sumber: Hasil Output SPSS 13.0

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,646 Koefisien korelasi tersebut bertanda positif, yang berarti terdapat hubungan yang kuat antara Penetapan Harga (X1), dan Kualitas Produk (X2) dengan Keputusan Pembelian (Y).

4.4.3 Determinasi Koefisien

Besarnya pengaruh Penetapan Harga (X1), dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dapat ditunjukkan oleh koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

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

= 0,646² x 100%

= 41,7%

Artinya, variabel-variabel Penetapan Harga (X1), dan Kualitas Produk (X2) memberikan pengaruh sebesar 41,7 % terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sedangkan sisanya sebesar 58,3% terhadap Keputusan Pembelian (Y) dapat diterangkan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti oleh penulis.

Secara parsial, masing-masing variabel bebas memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pengaruh secara parsial tersebut ditunjukkan melalui tabel di bawah ini:

Tabel 4.31

Besarnya Korelasi Parsial dan Pengaruh Secara Parsial

Model	Standardized Coefficients Beta	Correlations Zero-order	Besarnya Pengaruh Secara Parsial	Besarnya Pengaruh Secara Parsial (%)
X_1	0,341	0,526	0,179	17,9
X_2	0,418	0,569	0,238	23,8
Pengaruh Total			**0,417**	**41,7**

Sumber: Hasil Output SPSS 13.0

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Penetapan Harga (X1) secara parsial memberikan pengaruh sebesar 17,9% terhadap terhadap Keputusan Pembelian (Y).
2. Kualitas Produk (X2) secara parsial memberikan pengaruh sebesar 23,8% terhadap terhadap Keputusan Pembelian (Y).

4.4.4 Pengujian Hipotesis

4.4.4.1 Pengujian Hipotesis Secara simultan (Uji F)

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya suatu pengaruh dari variabel-variabel bebas secara bersama-sama atau simultan atas suatu variabel tidak bebas digunakan uji F.

Hipotesis

Ho : Semua βi = 0 Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara penerapan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk tenda di PT. Tenda Trijaya Indonesia.

H_1 : Ada βi ≠ 0 Terdapat pengaruh secara simultan antara penerapan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk tenda di PT. Tenda Trijaya Indonesia.

Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F_{hitung} = \frac{JK_{Regresi} / k}{JK_{(Residu)} / \ n - \ k + 1}$$

Keterangan :

JK_{residu} = Jumlah kuadrat regresi

JK_{residu} = Jumlah kuadrat residu

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Berdasarkan tabel ANOVA, maka dapat diketahui nilai F_{hitung} yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.32

ANOVA

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	174.764	2	87.382	18.630	.000[a]
	Residual	243.899	52	4.690		
	Total	418.664	54			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk , Penetapan Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Output SPSS 13.0

$$F_{hitung} = \frac{174{,}764 / 2}{243{,}889 / \{55 - (2 + 1)\}} = 18{,}630$$

Kriteria Uji :

1. H_0 diterima apabila $F_{hitung} <$ dari F_{tabel}

5 H_0 ditolak apabila $F_{hitung} >$ dari F_{tabel}

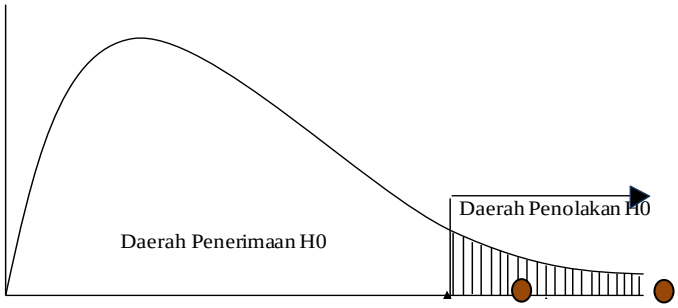
6 Dengan tingkat signifikasi (α) = 0,05

Hasil uji F berdasarkan pengolahan SPSS disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.33
Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

F hitung	df	F tabel	Sig	Keterangan	Kesimpulan
18,630	df1 = 2 df2 = 52	3,963	0,000	H_0 ditolak	Ada pengaruh (Signifikan)

Sumber: Hasil Output SPSS 12.0



F tabel = 3,963 F hitung = 18,630

Gambar 4.30
Kurva Uji F

Dari tabel diatas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 18,630. Karena nilai F_{hitung} (18,630) > F_{tabel} (3,963), maka H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan variable bebas (X) yang terdiri dari Penetapan Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

4.4.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya suatu pengaruh dari variabel-variabel bebas secara parsial atas suatu variabel tidak bebas digunakan uji t.

Hipotesis :

$H_0 : \beta_1 = 0$ Tidak terdapat pengaruh penerapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk tenda di PT. Tenda Trijaya Indonesia

$H_1 : \beta_1 \neq 0$ Terdapat pengaruh penerapan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk tenda di PT. Tenda Trijaya Indonesia.

Ho : $\beta_2 = 0$ Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk tenda di PT. Tenda Trijaya Indonesia.

$H_1 : \beta_2 \neq 0$ Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk tenda di PT. Tenda Trijaya Indonesia.

Statistik Uji :

$t_{hitug} = \frac{b}{Se(b)}$, derajat bebas = n-k-1

Berdasarkan tabel Koefisien, maka dapat diketahui nilai t_{hitung} yaitu sebagaiberikut :

Tabel 4.34

UJI T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.457	1.779		1.944	.057
	Penetapan Harga	.282	.097	.341	2.894	.006
	Kualitas Produk	.277	.078	.418	3.547	.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Output SPSS 13.0

1. Pengujian hipotesis X1 :

$$t_{hitug} = \frac{0,282}{0,097} = 2,894$$

2. Pengujian hipotesis X2 :

$$t_{hitug} = \frac{0,277}{0,078} = 3,547$$

Kriteria Uji :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ 0,05 (df = n-k-1), maka Ho = ditolak, H_1 diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ 0,05 (df = n-k-1), maka Ho = diterima, H_1 ditolak

Dimana :

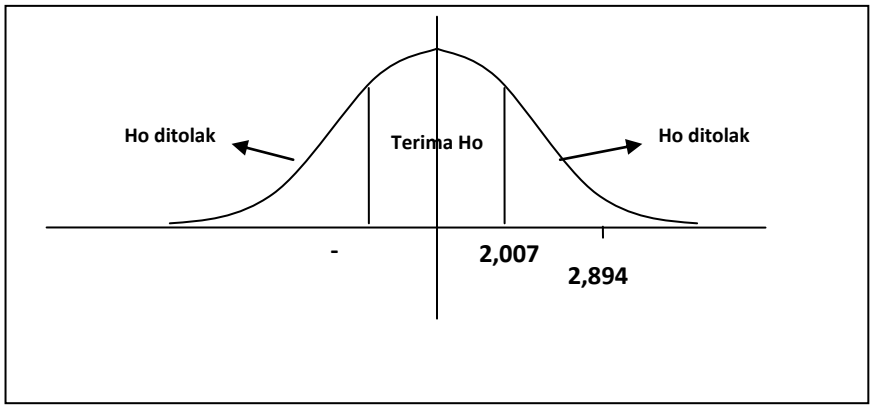
a. Dengan tingkat signifikasi (α) = 0,05
b. Derajat kebebasan (df) = n-k-1

Hasil uji t berdasarkan pengolahan SPSS disajikan pada tabel berikut :

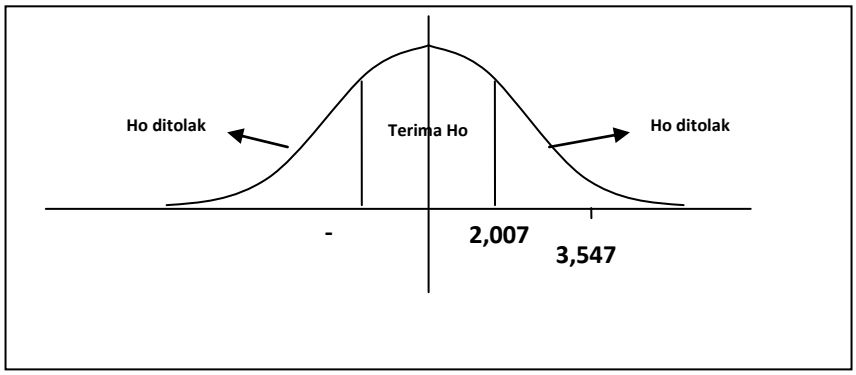
Tabel 4.35
Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Variabel	t hitung	Df	t tabel	Sig	Keterangan	Kesimpulan
X_1	2,894	52	±2,006	0,006	H_0 ditolak	Signifikan
X_2	3,547		±2,006	0,001	H_0 ditolak	Signifikan

Sumber: Hasil Output SPSS 12



Gambar 4.2
Kurva uji t Variabel X_1



Gambar 4.3
Kurva uji t Variabel X_2

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Untuk variabel Penetapan Harga (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,894. Karena t hitung > t tabel (2,007) maka Ho ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Penetapan Harga (X1) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).
2. Untuk variabel Kualitas Produk (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar 3,547. Karena t hitung > t tabel (2,007) maka Ho ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X2) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).