BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Sejarah Perusahaan

Distro Linecoltd berdiri di Bandung pada tanggal 1 Oktober 2002 yang didirikan oleh seseorang bernama Ega M.P dan sekaligus pemilik Distro Linecoltd tersebut. Distro Linecoltd berlokasi di jalan Sumur Bandung No.7(Tulang Jambal Resto) Bandung, phone: 022-2506444 dan fax : 022-2500864 dimana tempat ini sekaligus menjadi kantor Distro Linecoltd.

Pertama kali Distro Linecoltd didirikan hanya menjual barang-barang titipan dari beberapa merek orang lain, tapi sekarang ini Distro Linecoltd telah membuat produk sendiri untuk memenuhi kebutuhan konsumennya dan juga telah melebarkan sayapnya ke berbagai kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Padang, Pekanbaru, Yogyakarta, dan Bandung tentunya, dengan cara menitipkan barang-barang hasil produksi Lincoltd ke distro-distro yang ada di kota-kota tersebut. Distro Linecoltd mempunyai konsep yang di kenal dengan Our products bring happiness and joyful of life, because skateboarding itself is “enjoy”. Those, the targets of our product market are skateboarders, young peoples and peoples who lived with their young soul either boys or girls., yang artinya Produk kami membawa kebahagiaan dan sukacita kehidupan, karena skateboard itu sendiri adalah "menikmati". Mereka, target pasar produk kami adalah pemain skateboard, masyarakat muda dan masyarakat yang tinggal dengan jiwa muda mereka baik laki-laki atau perempuan.

Distro Linecoltd mempunyai target market yaitu pelajar (usia 15-18tahun), mahasiswa (usia 18-23 tahun), dan lain-lain. Komposisi barang-barang yang dijual di Distro Lincoltd adalah produk clothing local sebesar 80 persen, Kami juga mempunyai surat perjanjian dengan produk lain ,kebanyakan adalah produk skateboard dan fingerboard,alat-alat kebutuhan skateboard yang tidak kami produksi sendiri.Produk dagang yang mempunyai surat perjanjian dengan kita adalah Puppets Skateboards, Hello Skateboards, Big Trucks, Dussy Reifen (Fingerboards) dan Midd Finger (Fingerboards) (semua merk lokal). Dengan kerja sama tersebut,mereka dapat menitipkan barang-barangnya dengan cara konsinyasi.

4.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan

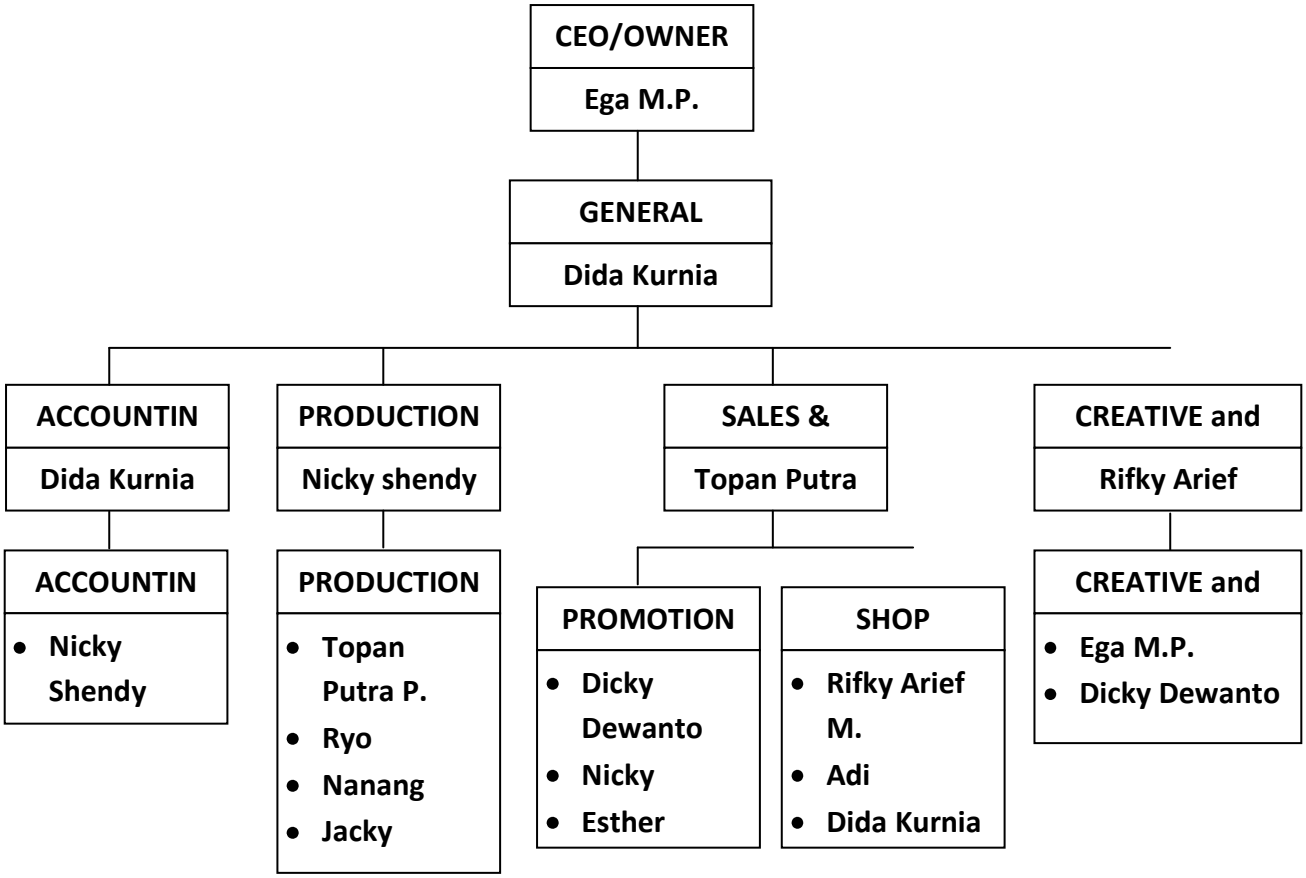
Perusahaan sebagai sebuah organisasi yang jelas sebagai tempat atau wadah usaha kerjasama antara karyawan-karyawan yang bekerja dalam organisasi tersebut. Adanya struktur organisasi yang jelas memudahkan pimpinan untuk mengkoordinasi aktivitasaktivitas didalam perusahaan agar berjalan sesuai dengan rencana-rencana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

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

Struktur organisasi dirancang untuk membantu manajemen dalam mengatur dan mengarahkan seluruh aktivitas organisasi, sehingga dapat

mempermudah pimpinan dan karyawan untuk mengetahui dan melaksanakan secara jelas tugas, wewenang, dan tanggung jawab masing-masing.

Gambar struktur organisasi Distro Lincoltd dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 4.1

Struktur Organisasi Perusahaan

4.1.3. Job Description

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

· Owner

Merupakan pemilik dari Arena Experience yang secara penuh pemegang perusahaan.

· Web Master

Bertugas memasarkan produk -produk ke dalam website.

· Marketing

Bertugas memasarkan produk Linecoltd baik secara langsung maupun tidak langsung.

· ADM

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

· Designer

Bertugas merancang produk-prduk arena yang akan diproduksi.

· Production

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

· Inventori Distribusi

· Store Manager

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

· Arena Shoe Shop

· Shop Keeper

Bertugas menjaga toko.

· Cashier

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

· Warehouse

Gudang

1.1.4. Aspek Perusahaan

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

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

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

4.2 Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini dikumpulkan data primer untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap "Analisis Pengaruh Penataan Produk dan Lingkungan Berbelanja Serta Dampaknya Terhadap Pembelian Impulsif Pada Distro Linecoltd Bandung". Dengan menyebarkan kuesioner pada 100 orang responden yang menjadi sampel mewakili konsumen yang membeli produk – produk Linecoltd. Dari hasil kuesioner tadi maka dapat diketahui karakteristik setiap konsumen dengan harapan bahwa informasi ini dapat dijadikan salah satu masukan bagi pihak Distro Linecoltd dalam menjalankan strategi pemasarannya. Jawaban responden atas sejumlah pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner akan ditampilkan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi. Data responden tersebut dikelompokkan berdasarkan beberapa hal. Diantaranya jenis kelamin, usia, pekerjaan, sumber informasi dan pengeluaran dengan kualifikasi sebagai berikut:

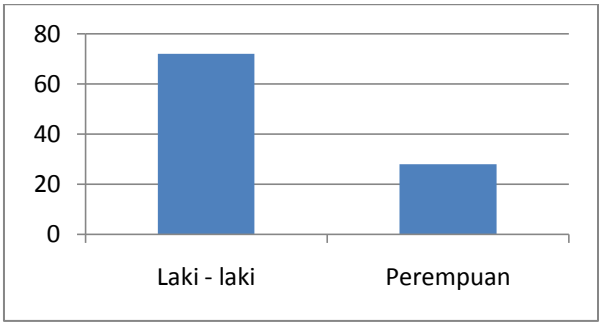
Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

pada Distro Linecoltd Bandung

Jenis Kelamin	Frekuensi	%
Laki - laki	72	72
Perempuan	28	28
Total	100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

pada Distro Linecoltd Bandung

Tabel dan gambar di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Dari tabel tersebut dapat dilihat mayoritas responden sebanyak 72 orang (72%) berjenis kelamin laki – laki dan 28 orang (28%) berjenis kelamin perempuan.

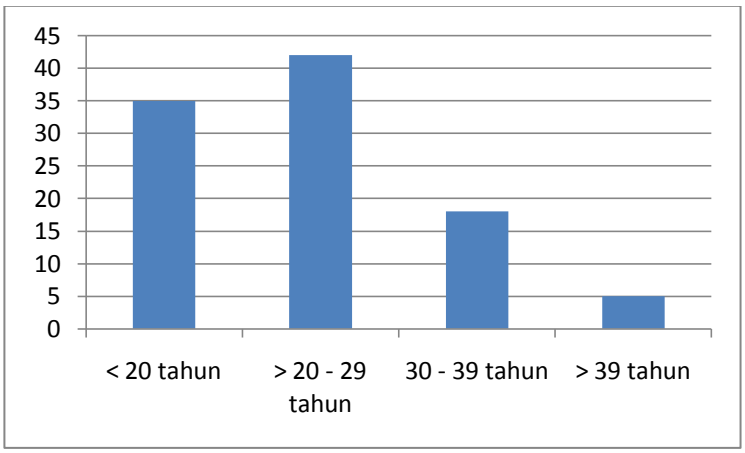
Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Konsumen

pada Distro Linecoltd Bandung

Usia	Frekuensi	%
< 20 tahun	35	35
> 20 - 29 tahun	42	42
30 - 39 tahun	18	18
> 39 tahun	5	5
Total	100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Konsumen

pada Distro Linecoltd Bandung

Berdasarkan tabel dan gambar di atas menunjukkan pengelompokkan responden berdasarkan usia. Dapat diketahui bahwa responden pada Distro Linecoltd berusia kurang dari 20 tahun sebanyak 35 orang atau (35%), kemudian

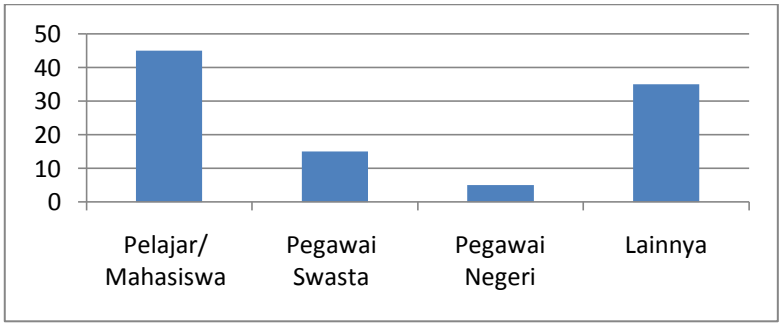
yang berusia lebih dari 20-29 tahun sebanyak 42 orang atau (47%), yang berusia 30-39 tahun sebanyak 18 orang atau (18%) serta usia lebih dari 39 tahun sebanyak 5 orang atau (5%). Jadi sebagian besar konsumen yang membeli produk pada Distro Linecoltd Bandung yang menjadi responden dalam penelitian ini berusia lebih dari 20-29 tahun.

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Konsumen pada Distro Linecoltd Bandung

Pekerjaan	Frekuensi	%
Pelajar/ Mahasiswa	45	45
Pegawai Swasta	15	15
Pegawai Negeri	5	5
Lainnya	35	35
Total	100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Konsumen pada Distro Linecoltd Bandung

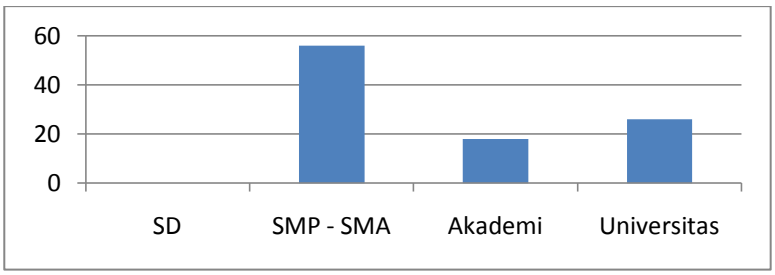
Tabel dan gambar di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 35 orang atau (45%) bekerja sebagai pelajar atau mahasiswa, kemudian 15 orang atau (15%) Bekerja sebagai pegawai swasta, selanjutnya 5 orang atau (5%) bekerja sebagai pegawai negeri, kemudian 35 orang atau (35%) lainnya.

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Konsumen pada Distro Linecoltd Bandung

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	%
SD	0	0
SMP - SMA	56	56
Akademi	18	18
Universitas	26	26
Total	100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Konsumen pada Distro Linecoltd Bandung

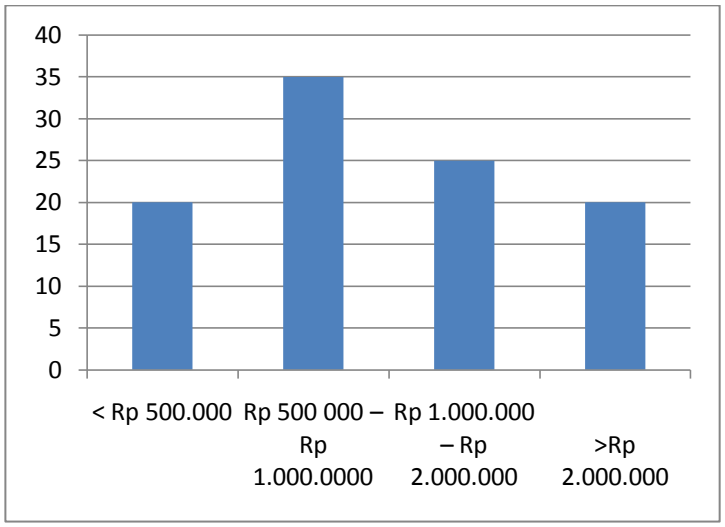
Tabel dan gambar di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 56 orang atau (56%) adalah lulusan tingkat SMP dan SMA, kemudian 18 orang atau (18%) adalah lulusan tingkat akademi, selanjutnya 26 orang atau (26%) adalah lulusan universitas, kemudian tidak ada satupun lulusan SD.

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Konsumen rata – rata per bulan pada Distro Linecoltd Bandung

Pendapatan	Frekuensi	%
< Rp 500.000	20	20
Rp 500 000 – Rp 1.000.0000	35	35
Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	25	25
>Rp 2.000.000	20	20
Total	100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.6

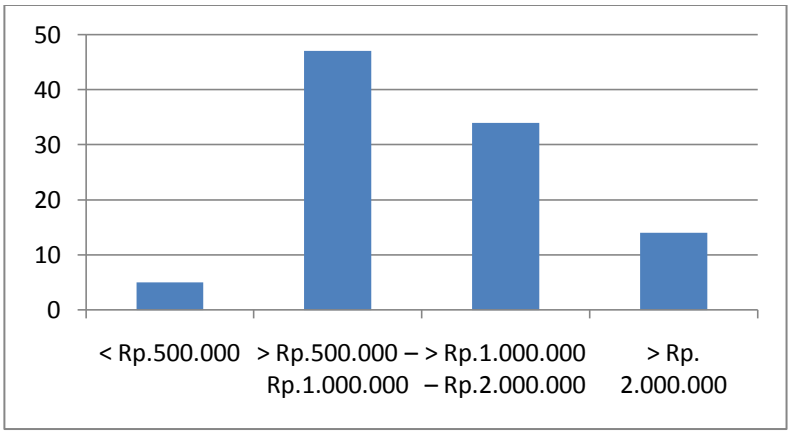
Gambar Responden Berdasarkan Pendapatan Konsumen rata – rata per bulan pada Distro Linecoltd Bandung

Tabel dan gambar di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan pendapatan rata – rata per bulan. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 20 orang atau (20%) mempunyai pendapatan sebesar Rp 500.000, kemudian 35 orang atau (35%) mempuny pendapatan sebesar Rp 500.000 – Rp 1.000.000, selanjutnya 25 orang atau (25%) mempunyai pendapatan sebesar Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000, kemudian 20 orang atau (20%) mempunyai pendapatan lebih dari Rp 2.000.000.

Tabel 4.6

Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Konsumen per Bulan pada Distro Linecoltd Bandung

Pengeluaran	Frekuensi	%
< Rp.500.000	5	3
> Rp.500.000 – Rp.1.000.000	47	47
> Rp.1.000.000 – Rp.2.000.000	34	34
> Rp. 2.000.000	14	14
Total	100	100



Gambar 4.7

Gambar Responden Berdasarkan Pengeluaran saudara rata – rata per bulan pada Distro Linecoltd Bandung

Tabel dan gambar di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan pengeluaran rata – rata per bulan. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 5 orang atau (5%) mempunyai pengeluaran sebesar Rp 500.000, kemudian 47orang atau (47%) mempunyai pengeluaran sebesar Rp 500.000 – Rp

1.000.000, selanjutnya 34 orang atau (34%) mempunyai pengeluaran sebesar Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000, kemudian 14orang atau (14%) mempunyai pengeluaran lebih dari Rp 2.000.000

4.3 Analisis Deskriptif

Gambaran data hasil penelitian dapat digunakan untuk memperkaya pembahasan, melalui gambaran data tanggapan responden dapat diketahui bagaimana tanggapan responden terhadap setiap indicator variable yang sedang diteliti, dilakukan kategorisasi terhadap skor tanggapan responden. Kategorisasi jumlah skor tanggapan responden dilakukan berdasarkan persentase skor jawaban responden dengan rumus sebagai berikut.

$$\%\ \text{Skor} = \frac{Skor\ aktual}{Skor\ ideal} x100\%$$

Keterangan :

Skor aktual : Jumlah skor jawaban responden

Skor ideal : Jumlah skor maksimum (jumlah responden x jumlah pernyataan x skor maksimum)

Selanjutnya persentase skor jawaban responden yang diperoleh di klasifikasikan berdasasrkan rentang persentase skor maksimum (5/5=100%) dan skor minimum (1/5=100%). Analisis deskriptif dilakukan mengacu kepada setiap

indikator yang ada pada setiap variabel yang diteliti dengan berpedoman pada tabel berikit ini :

4.2.1 Tanggapan Responden Atas Penataan Produk Di Distro Linecoltd Bandung

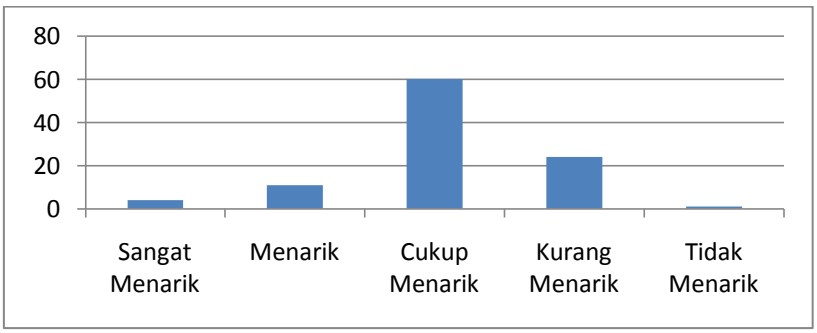
Berikut adalah tanggapan responden terhadap setiap item pernyataan yang diajukan mengenai Penataan Produk pada Distro Linecoltd Bandung

Tabel 4.7

Daya tarik dari nama Distro Linecoltd Bandung

Kategori	bobot	frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Menarik	5	4	4	20
Menarik	4	11	11	44
Cukup Menarik	**3**	**60**	**60**	**180**
Kurang Menarik	2	24	24	48
Tidak Menarik	1	1	1	1
Jumlah	10	100	100	293

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011



Gambar 4.8

Gambar Responden Berdasarkan Daya tarik dari nama Distro Linecoltd Bandung

Berdasarkan tanggapan responden mengenai daya tarik dari nama Distro Linecoltd, diketahui bahwa sebanyak 4 orang (4%) mengatakan sangat menarik, 11 orang (11%) mengatakan menarik, 60 orang (60%) mengatakan cukup menarik, 24 orang (24%) mengatakan kurang menarik dan sebanyak 1 (1%) mengatakan tidak menarik.

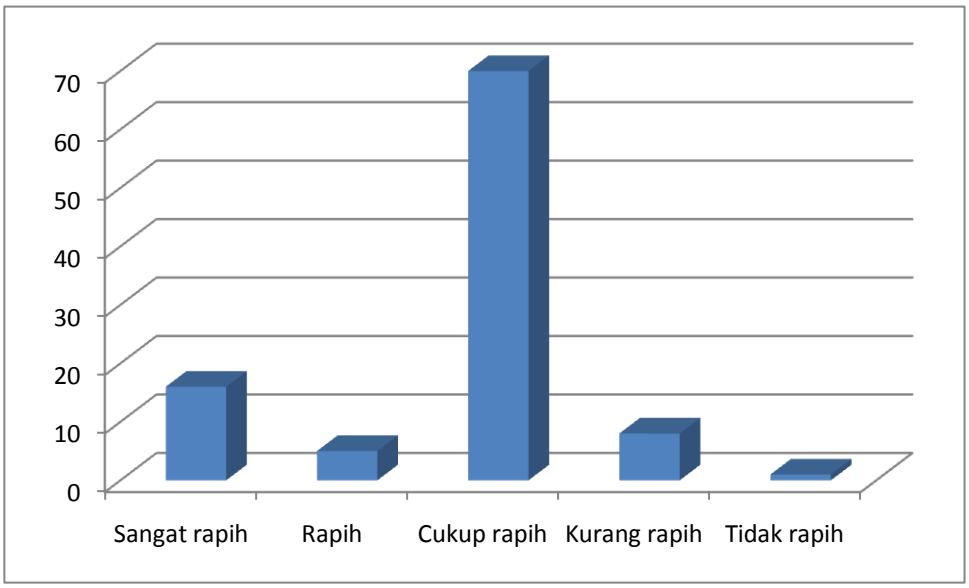
Hal ini mengindiksikan bahwa nama dari Distro Linecoltd sebagian besar sebanyak 60(60%) mengatakan cukup menarik bagi mereka, bahwa konsumen tidak terpengaruh dari nama Distro Linecoltd itu sendiri tetapi lebih kepada kualitas dan kuantitas produk dari Distro Linecildt tersebut. Ini dikarenakan Distro Linecoltd baru berdiri.

Tabel 4.8

Kerapihan barang yang di pajang di etalase depan Distro Linecoltd Bandung

Kategori	bobot	frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat rapih	5	16	16	80
Rapih	4	5	5	20
Cukup rapih	**3**	**70**	**70**	**210**
Kurang rapih	2	8	8	16
Tidak rapih	1	1	1	1
Jumlah	10	100	100	327

.



Gambar 4.9

Kerapihan barang yang di pajang di etalase depan Distro Linecoltd

Berdasarkan tabel di atas tanggapan responden terhadap kerapihan barang yang dipajang di etalase depan Distro Linecoltd Bandung, yang menjawab sangat rapih sebesar 6% dan rapih sebesar 5% dan cukup rapih sebesar 70%. Kurang rapih mengatakan sebanyak 18% . Dengan demikian mayoritas responden menyatakan bahwa kerapihan barang yang dipajang di etalase depan sudah cukup rapih.

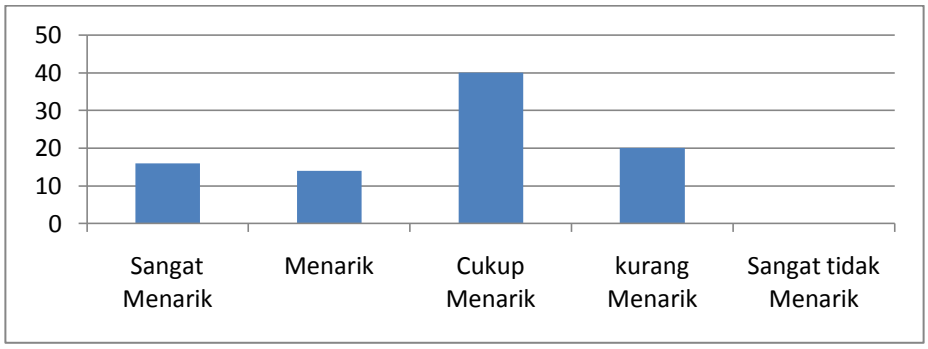
Menurut Buchari Alma (2009:58) setiap toko-toko eceran mempunyai lemari kaca yang ditaruh di depan toko, walaupun dalam bentuk sederhana. Penempatan barang-barang dalam lemari kaca ini harus sedemikian rupa, menarik

dan rapih supaya para konsumen yang melihat dapat tertarik serta langsung membelinya.

Tabel 4.9

Daya Tarik penyusunan gambar – gambar di depan Linecoltd Bandung

Kategori	bobot	frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Menarik	5	16	16	80
Menarik	4	14	14	56
Cukup Menarik	**3**	**40**	**40**	**120**
kurang Menarik	2	20	20	40
Sangat tidak Menarik	1	0	0	0
Jumlah	10	90	100	296



Gambar 4.10

Gambar Responden Berdasarkan Daya Tarik penyusunan gambar – gambar di depan Linecoltd Bandung

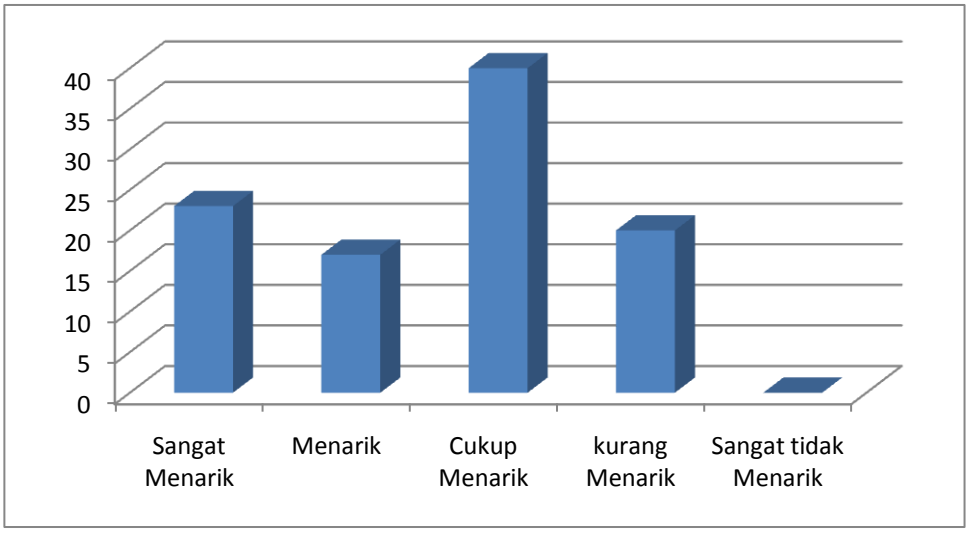
Berdasarkan tanggapan responden mengenai Pendapatan, diketahui bahwa sebanyak 16 orang (6%) mengatakan menarik, 14 orang (14%) menarik, 40 (40%) mengatakan cukup menarik dan 20 orang (40%) kurang menarik.

Hal ini mengindikasikan bahwa Daya Tarik penyusunan gambar – gambar di depan Linecoltd Bandung sebagian besar sebanyak 40 (40%) mengatakan cukup menarik bagi mereka. Menurut Buchari Alma (2009:58) setiap toko-toko eceran mempunyai lemari kaca yang ditaruh di depan toko, walaupun dalam bentuk sederhana. Penempatan barang-barang dalam lemari kaca ini harus sedemikian rupa, menarik dan rapih supaya para konsumen yang melihat dapat tertarik serta langsung membelinya. Namun ada sebagian kecil responden yang mengatakan kurang menarik, karena Distro Linecoltd menyusun gambar-gambar tidak terlalu terlihat dari jauh.

Tabel 4.10

Daya tarik dekorasi ruangan di Distro Linecoltd Bandung

Kategori	bobot	frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Menarik	5	23	23	115
Menarik	4	17	17	68
Cukup Menarik	**3**	**40**	**40**	**120**
kurang Menarik	2	20	20	40
Sangat tidak Menarik	1	0	0	0
Jumlah	10	100	100	343



Gambar 4.11

Daya tarik dekorasi ruangan di Distro Linecoltd Bandung

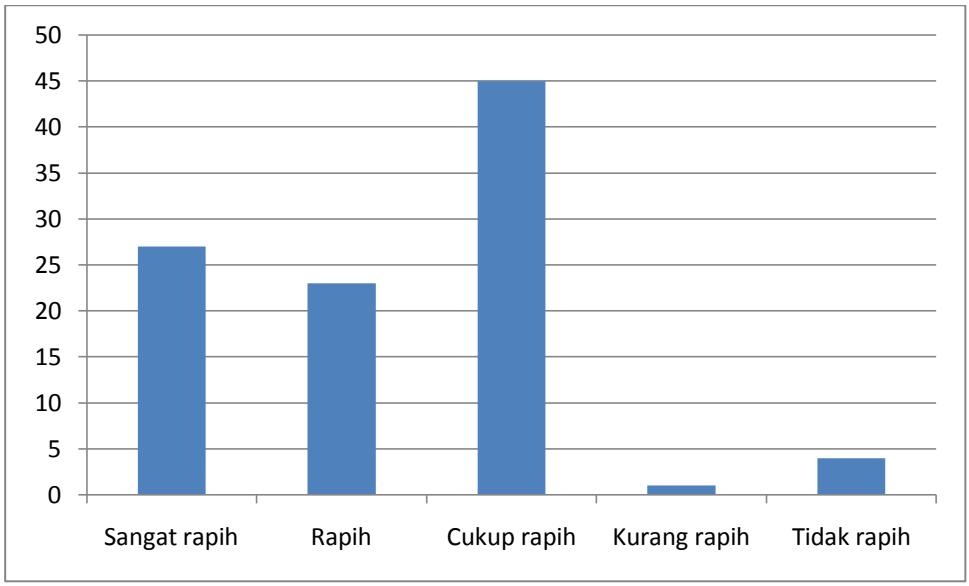
Berdasarkan tanggapan responden mengenai Daya tarik dekorasi ruangan di Distro Linecoltd Bandung, diketahui bahwa sebanyak 23 orang (23%) mengatakan sangat menarik, 17 orang (17%) mengatakan menarik, 40 orang mengatakan cukup menarik dan 20 orang (20%) mengatakan kurang menarik.

Hal ini mengindikasikan bahwa Daya tarik dekorasi ruangan di Distro Linecoltd Bandung cukup menarik bagi konsumen yang datang ke Distro Linecoltd sebesar 40 orang (40%). Pada data tabel dan gambar tersebut bahwa daya tarik dekorasi ruangan di Distro Linecoltd Bandung perlu perbaikan dan perubahan sehingga dapat menarik konsumen yang datang.

Tabel 4.11

Kerapihan penyusunan barang di dalam Distro Linecoltd Bandung

Kategori	bobot	frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat rapih	5	27	27	135
Rapih	4	23	23	92
Cukup rapih	**3**	**45**	**45**	**135**
Kurang rapih	2	1	1	2
Tidak rapih	1	4	4	4
Jumlah	10	100	100	368



Gambar 4.12

Kerapihan penyusunan barang di dalam Distro Linecoltd Bandung

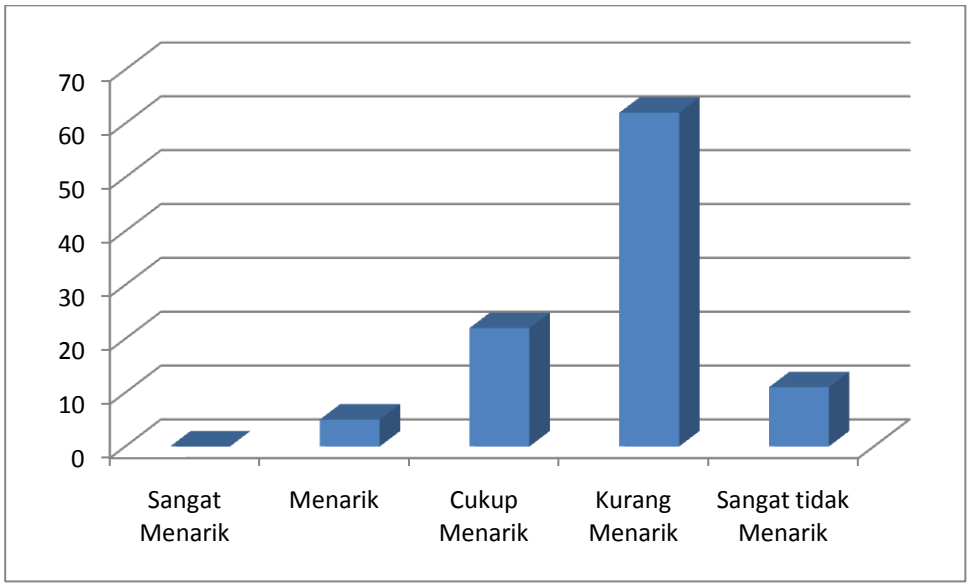
Berdasarkan tanggapan responden mengenai kerapihan penyusunan barang didalam Distro Linecoltd 27 orang (27%) mengatakan sangat rapih, 23 orang mengatakan rapih, 45 orang (45%) mengatakan cukup rapih, 1 orang (1%) mengatakan kurang rapih.

Hal ini mengindikasikan bahwa sebanyak 45 orang (45%) mengatakan kerapihan penyusunan barang cukup ratih. Hal ini karena pihak manajemen Distro Linecoltd selalu merapihkan produk yang dipajang di atas meja, di dalam rak maupun di dalam lemari apabila sudah terlihat tidak rapih.

Tabel 4.12

Daya tarik produk di luar toko pada saat Distro Linecoltd Bandung mengadakan obral

Kategori	bobot	frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Menarik	5		0	0
Menarik	4	5	5	20
Cukup Menarik	3	22	22	66
Kurang Menarik	**2**	**62**	**62**	**124**
Sangat tidak Menarik	1	11	11	11
Jumlah	10	100	100	221



Gambar 4.13

Daya tarik produk di luar toko pada saat Distro Linecoltd Bandung mengadakan obral

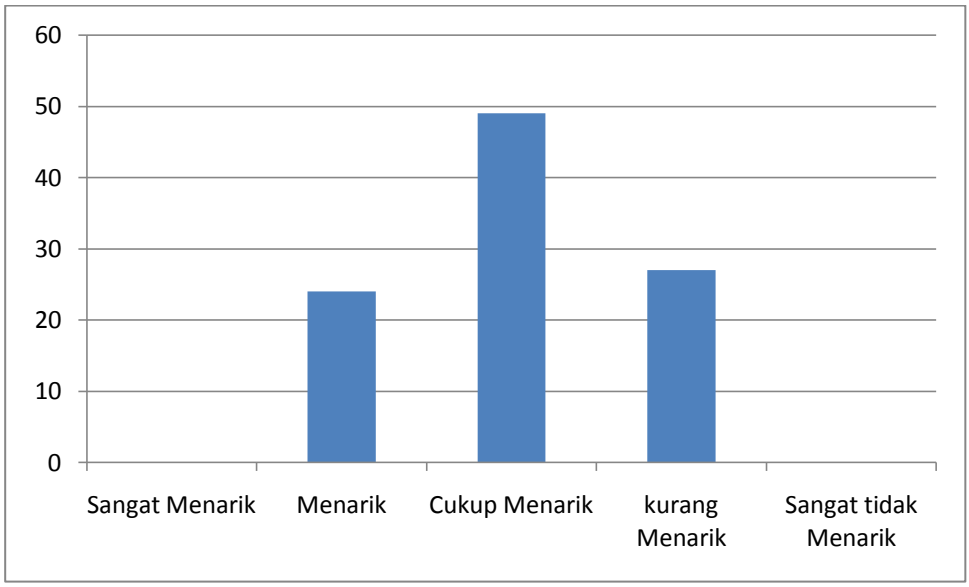
Berdasarkan tanggapan responden mengenai daya tarik produk di luar toko distro Linecoltd pada saat obral, bahwa sebanyak 5 orang (5%) mengatakan menarik, 22 orang mengatakan cukup menarik, dan 62 orang mengatakan kurang menarik, dan 11 orang mengatakan sangat tidak menarik.

Hal ini mengindikasikan bahwa Daya tarik produk di luar toko pada saat Distro Linecoltd Bandung mengadakan obral mengatakan kurang menarik bagi mereka. Maka perlu sekali perbaikan – perbaikan yang dilakukan Distro Linecoltd pada saat mengadakan obral dan lain –lain. Sehingga produk dari Distro Linecoltd dapat dikenal dan diminati masyarakat.

Tabel 4.13

Daya tarik papan nama di luar Distro Linecoltd Bandung

Kategori	bobot	frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Menarik	5		0	0
Menarik	4	24	24	96
Cukup Menarik	**3**	**49**	**49**	**147**
kurang Menarik	2	27	27	54
Sangat tidak Menarik	1		0	0
Jumlah	10	100	100	297



Gambar 4.14

Daya tarik papan nama di luar Distro Linecoltd Bandung

Berdasarkan tanggapan responden mengenai daya tarik papan nama di luar distro Linecoltd, bahwa responden yang mengatakan menarik sebanyak 24 (24%) orang, yang mengatakan cukup menarik sebanyak 49 (%) orang, dan kurang menarik mengatakan sebanyak 27 (27%) orang dan tidak ada satupun yang mengatakan sangat menarik dan sangat tidak menarik.

Hal ini mengindikasikan bahwa papan nama di luar Distro Linecoltd sebagian besar sebanyak 49 (49%) mengatakan cukup menarik bagi mereka..

Untuk melihat bagaimana tanggapan konsumen terhadap penataan produk pada Distro Linecoltd secara keseluruhan, dilakukan penjumlahan skor untuk semua jawaban responden tentang variabel ini. Berikut adalah tabel rekap skor untuk setiap pertanyaan variabel Penataan Produk.

Tabel 4.14

Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Penataan Produk

No	Pertanyaan	Skor Aktual	Skor Ideal	%
1	Daya tarik dari nama Distro Linecoltd Bandung	293	500	58,6%
2	Kerapihan barang yang di pajang di etalase depan Distro Linecoltd Bandung	327	500	65,4%
3	Daya Tarik penyusunan gambar – gambar di depan Linecoltd Bandung	296	500	59,2%
4	Daya tarik dekorasi ruangan di Distro Linecoltd Bandung	343	500	68,6%
5	Kerapihan penyusunan barang di dalam Distro Linecoltd Bandung	368	500	73.6%
6	Daya tarik produk di luar toko pada saat Distro Linecoltd Bandung mengadakan obral	221	500	44,2%
7	Daya tarik papan nama di luar Distro Linecoltd Bandung	297	500	79,4%
Total		**2145**	**3500**	**61,3%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011

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

Pertanyaan sebanyak 8 item, dengan responden sebanyak 90 orang.

Nilai Indeks Maksimum = Skor Maksimum x Jumlah Pertanyaan x Responden

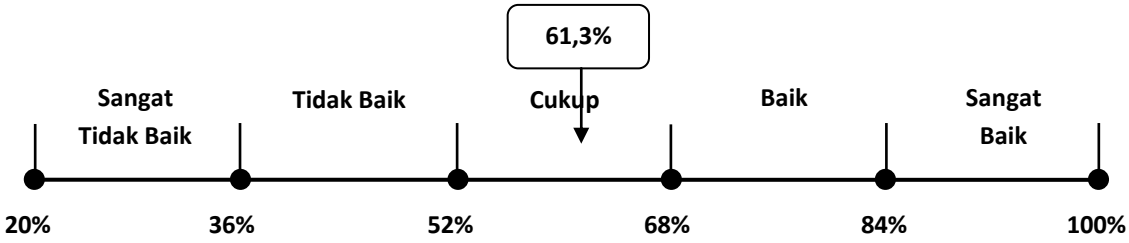
= 5 x 8 x 100

= 3500

$$\% \text{ Skor} = \frac{Skor\ aktual}{Skor\ ideal} x100\%$$

$$\% \text{ Skor} = \frac{\mathbf{2145}}{3500} x100\% = 61{,}3\%$$

Jika digambarkan pada garis kontinum, nilai skor aktual tersebut tampak sebagai berikut:



Gambar 4.15

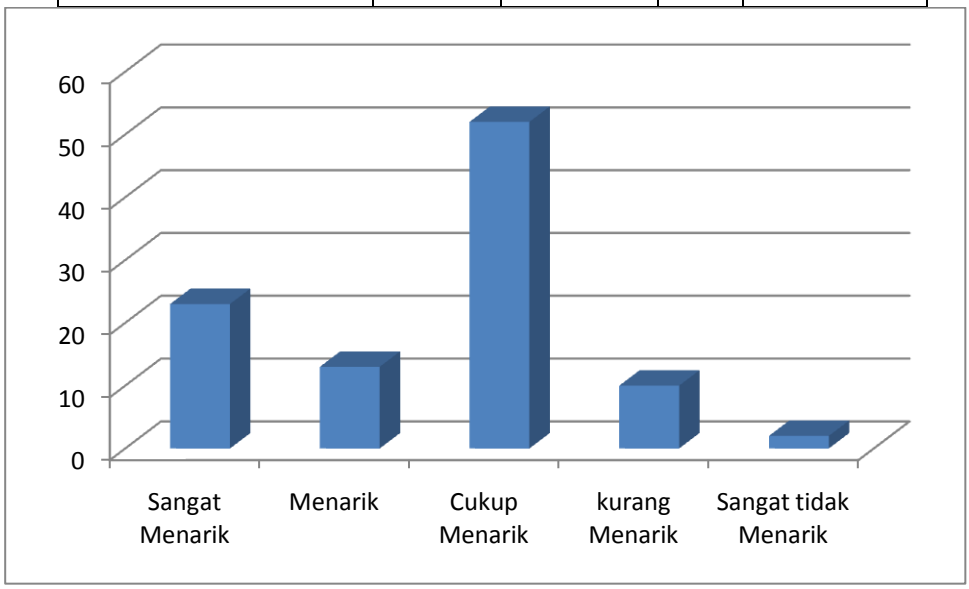
Kategori Variabel Penataan Produk Pada Distro Linecoltd Bandung

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Penatan Produk pada Distro Linecoltd Bandung tergolong cukup dengan persentase skor total sebesar 61,3% yang terletak antara rentang 52% - 68%.

Tabel 4.15

Tata letak lokasi toko dari Distro Linecoltd Bandung

Kategori	bobot	frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Menarik	5	23	23	115
Menarik	4	13	13	52
Cukup Menarik	**3**	**52**	**52**	**156**
kurang Menarik	2	10	10	20
Sangat tidak Menarik	1	2	2	2
Jumlah	10	100	100	345



Gambar 4.16

Tata letak lokasi toko dari Distro Linecoltd Bandung

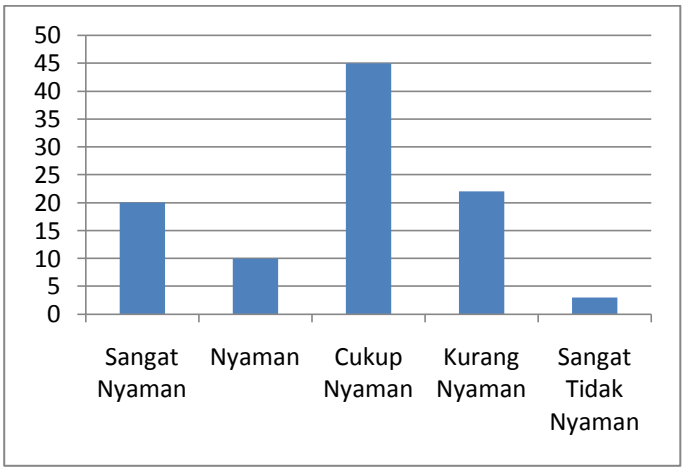
Berdasarkan tanggapan responden mengenai tata letak toko dari Distro Linecoltd, diketahui bahwa sebanyak 23orang (23%) mengatakan sangat menarik menarik, 13 orang (13%) menarik, 52orang (52%) cukup menarik, 10 orang (10%) kurang menarik, dan 2 orang (2%) mengatakan sangat tidak menarik.

Hal ini mengindikasikan bahwa tata letak toko dari Distro Linecoltd sebagian besar sebanyak 52 (52%) mengatakan cukup menarik bagi mereka..

Tabel 4.16

Perasaan konsumen saat masuk ke Distro Linecoltd Bandung

Kategori	bobot	frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Nyaman	5	20	20	100
Nyaman	4	10	10	40
Cukup Nyaman	**3**	**45**	**45**	**135**
Kurang Nyaman	2	22	22	44
Sangat Tidak Nyaman	1	3	3	3
Jumlah	10	100	100	322



Gambar 4.17

Perasaan konsumen saat masuk ke Distro Linecoltd Bandung

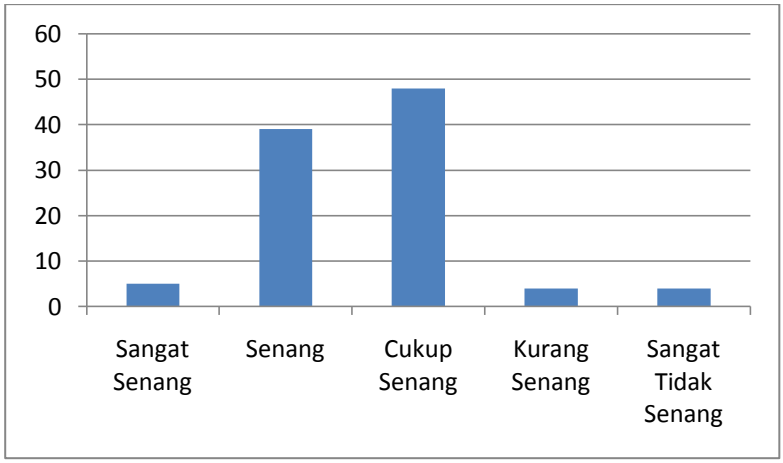
Berdasarkan tanggapan responden mengenai perasaan konsumen saat masuk ke dalam Distro Linecoltd, diketahui bahwa sebanyak 20 orang (20%) mengatakan sangat nyaman, 10 orang (10%) nyaman, 45 orang (45%) Cukup

nyaman, 22orang (22%) kurang nyaman, dan 3 orang (3%) mengatakan sangat sangat tidak nyaman.

Tabel 4.17

Perasaan konsumen setelah keluar dari Distro Linecoltd Bandung

Kategori	bobot	frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Senang	5	5	5	25
Senang	4	39	39	156
Cukup Senang	**3**	**48**	**48**	**144**
Kurang Senang	2	4	4	8
Sangat Tidak Senang	1	4	4	4
Jumlah	10	100	100	337



Gambar 4.18

Perasaan konsumen setelah keluar dari Distro Linecoltd Bandung

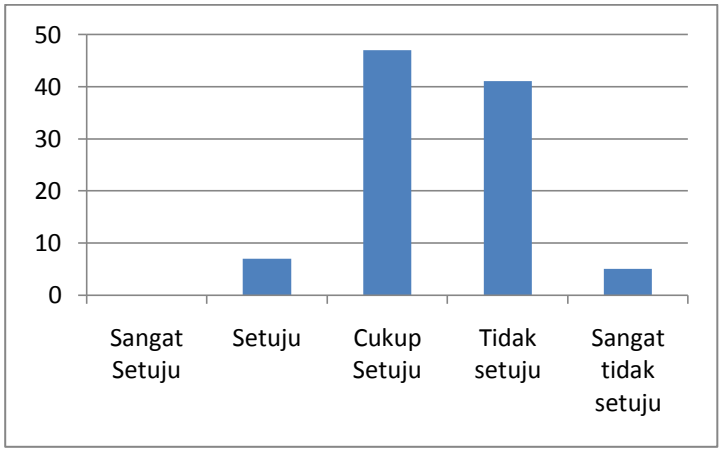
Berdasarkan tanggapan responden mengenai perasaan konsumen saat keluar dari Distro Linecoltd, diketahui bahwa sebanyak 5 orang (5%) mengatakan sangat senang, 39 orang (39%) senang, 48 orang (48%) cukup senang, 4 orang

(4%) kurang senang, dan 4 orang mengatakan sangat tidak senang . Hal ini mengindetifikasikan bahwa konsumen yang datang dan keluar dari Distro Linecoltd mempunyai perasaan cukup senang sebesar 48%, dan senang sebesar 39%. Lingkungan berbelanja pada Distro Linecoltd dapat dikatakan baik.

Tabel 4.18

Berbelanja di Distro Linecoltd Bandung karena adanya dorongan dari pihak lain

Kategori	bobot	frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	5		0	0
Setuju	4	7	7	28
Cukup Setuju	**3**	**47**	**47**	**141**
Tidak setuju	2	41	41	82
Sangat tidak setuju	1	5	5	5
Jumlah	10	100	100	256



Gambar 4.19

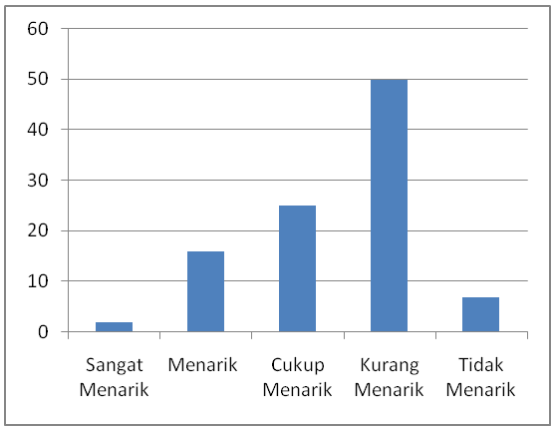
Berbelanja di Distro Linecoltd Bandung karena adanya dorongan dari pihak lain

Berdasarkan tanggapan dari konsumen bahwa Berbelanja di Distro Linecoltd Bandung karena adanya dorongan dari pihak lain mengatakan 7 orang mengatakan setuju, 47 orang mengatakan cukup setuju, 41 orang mengatakan tidak setuju, dan 5 orang mengatakan sangat tidak setuju, tetapi tidak ada satupun yang mengatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.19

Kehidupan social mempengaruhi konsumen saat berbelanja di Distro Linecoltd

Kategori	bobot	frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	5	2	2	10
Setuju	4	16	16	64
Cukup setuju	3	25	25	75
Kurang setuju	**2**	**50**	**50**	**100**
Sangat tidak setuju	1	7	7	7
Jumlah	10	100	100	256



Gambar 4.20

Responden Berdasarkan Kehidupan social mempengaruhi konsumen saat berbelanja pada Distro Linecoltd Bandung

Berdasarkan gambar yang di atas mengenai tanggapan responden terhadap kehidupan social mempengaruhi kinsmen saat berbelanja pada Distro Linecoltd, mayoritas mengatakan kurang setuju sebanyak 50 orang (50%).

Untuk melihat bagaimana respon lingkungan berbelanja secara keseluruhan, dilakukan penjumlahan skor untuk semua jawaban responden tentang variabel ini. Berikut adalah tabel rekap skor untuk setiap pertanyaan variabel respon lingkungan berbelanja.

Tabel 4.20

Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Respon Lingkungan Berbelanja

No	Pertanyaan	Skor	Skor Ideal	%
1	Tata letak lokasi toko dari Distro Linecoltd Bandung	345	500	69%
2	erasaan konsumen saat masuk ke Distro Linecoltd Bandung	322	500	64,4%
3	Perasaan konsumen setelah keluar dari Distro Linecoltd Bandung	357	500	71,4%
4	Berbelanja di Distro Linecoltd Bandung karena adanya dorongan dari pihak lain	256	500	51,2%
5	Kehidupan social mempengaruhi konsumen saat berbelanja di Distro Linecoltd	256	500	51,2%
Total		**1536**	**2500**	**61,4%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011

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

Pertanyaan sebanyak 5 item, dengan responden sebanyak 100 orang.

Nilai Indeks Maksimum = Skor Maksimum x Jumlah Pertanyaan x Responden

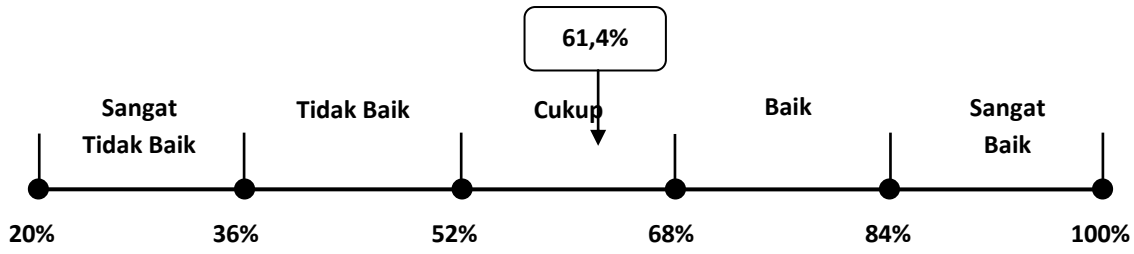
= 5 x 5 x 100

=

$$\% \text{ Skor} = \frac{Skor\ aktual}{Skor\ ideal} x100\%$$

$$\% \text{ Skor} = \frac{1536}{2500} x100\% = 61{,}4\%$$

Jika digambarkan pada garis kontinum, nilai skor aktual tersebut tampak sebagai berikut:



Gambar 4.21

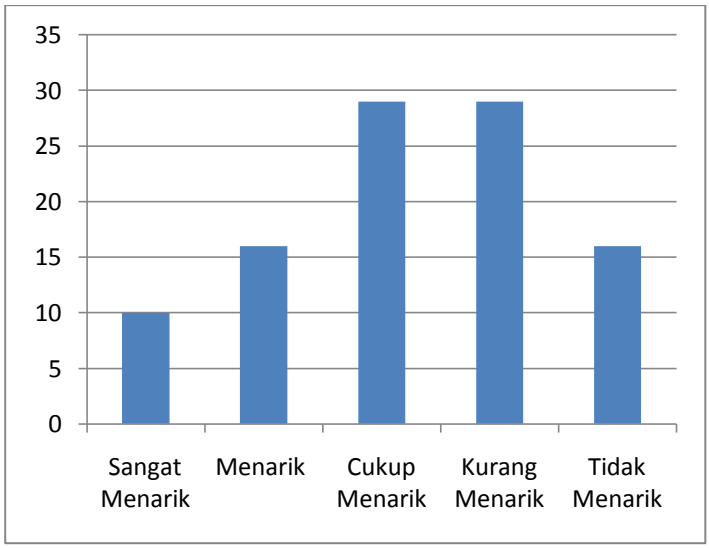
Gambaran Kategori Variabel Respon Lingkungan Berbelanja pada Distro Linecoltd Bandung

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Respon Lingkungan Berbelanja pada Distro Linecoltd Bandung tergolong Cukup baik dengan persentase skor total sebesar 61,4% yang terletak antara rentang 52% - 68%.

Tabel 4.21

Secara mendadak anda merasakan keinginan yang sangat tinggi untuk membeli sesuatu yang tidak Anda rencanakan dalam belanja kali ini

Kategori	bobot	frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	5	10	10	50
Setuju	4	16	16	64
Cukup Setuju	**3**	**29**	**29**	**87**
Kurang setuju	**2**	**29**	**29**	**58**
Sangat tidak setuju	1	16	16	16
Jumlah	10	100	100	275



Gambar 4.22

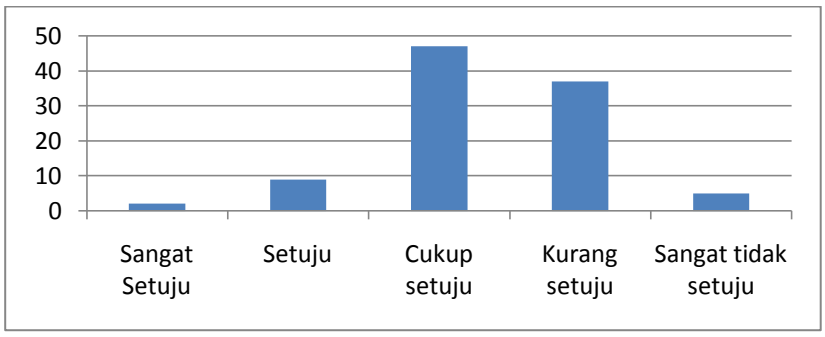
Secara mendadak anda merasakan keinginan yang sangat tinggi untuk membeli sesuatu yang tidak Anda rencanakan dalam belanja kali ini

Berdasarkan tabel yang di atas tanggapan responden dari pertanyaan secara mendadak anda merasakan keinginan yang sangat tinggi untuk membeli sesuatu yang tidak Anda rencanakan dalam belanja kali ini. Mendapatkan tanggapan 10 orang mengatakan sangat setuju, 16 orang mengatakan setuju, 29 orang mengatakan cukup setuju, 29 orang mengatakan kurang setuju, 16 orang mengatakan tidak setuju.

Tabel 4.22

Anda tidak tergesa-gesa selama berbelanja kali ini

Kategori	bobot	frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	5	2	2	10
Setuju	4	9	9	36
Cukup setuju	**3**	**47**	**47**	**141**
Kurang setuju	2	37	37	74
Sangat tidak setuju	1	5	5	5
Jumlah	10	100	100	266



Gambar 4.23

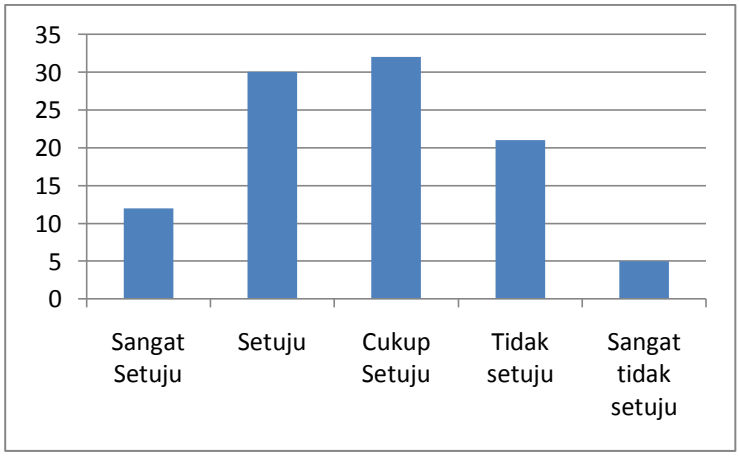
Anda tidak tergesa-gesa selama berbelanja kali ini

Berdasarkan tabel yang di atas tanggapan responden dari pertanyaan Anda tidak tergesa-gesa selama berbelanja kali ini. Mendapatkan tanggapan 2 orang mengatakan sangat setuju, 9 orang mengatakan setuju, 47 orang mengatakan cukup setuju, 37 orang mengatakan kurang setuju, 5 orang mengatakan tidak setuju.

Tabel 4.23

Anda merasa bersemangat sewaktu berbelanja

Kategori	bobot	frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	5	12	12	60
Setuju	4	30	30	120
Cukup setuju	**3**	**32**	**32**	**96**
Kurang setuju	2	21	21	42
Sangat tidak setuju	1	5	5	5
Jumlah	10	100	100	323



Gambar 4.24

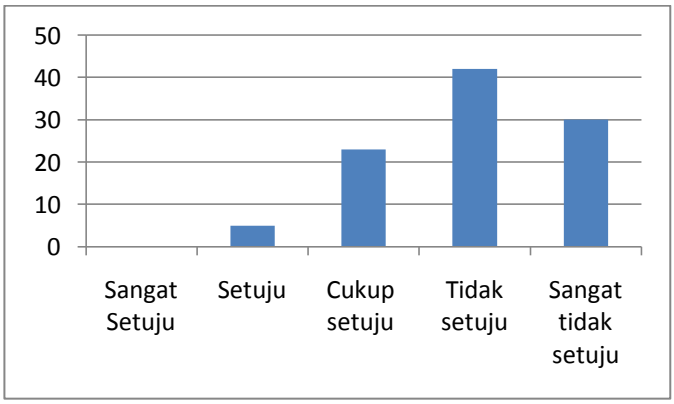
Anda merasa bersemangat sewaktu berbelanja

Berdasarkan tabel yang di atas tanggapan responden dari pertanyaan Anda merasa bersemangat sewaktu berbelanja. Mendapatkan tanggapan 12 orang mengatakan sangat setuju, 30 orang mengatakan setuju, 32 orang mengatakan cukup setuju, 21 orang mengatakan kurang setuju, 5 orang mengatakan tidak setuju.

Tabel 4.24

Berbelanja hanyalah menghabiskan waktu

Kategori	bobot	frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	5		0	0
Setuju	4	5	5	20
Cukup setuju	3	23	23	69
Kurang setuju	**2**	**42**	**42**	**84**
Sangat tidak setuju	1	30	30	30
Jumlah	10	100	100	203



Gambar 4.25

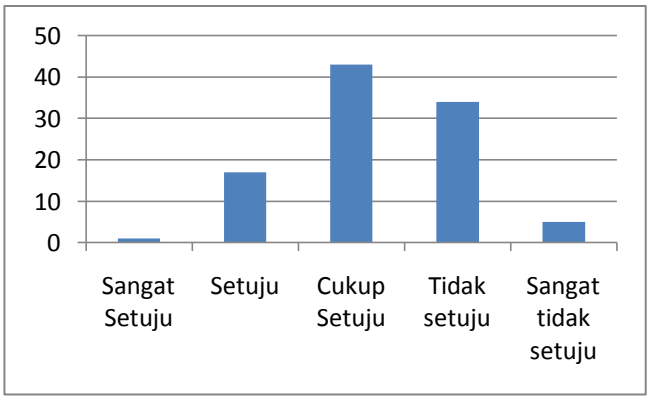
Berbelanja hanyalah menghabiskan waktu

Berdasarkan tabel yang di atas tanggapan responden dari pertanyaan Berbelanja hanyalah menghabiskan waktu. Mendapatkan tanggapan tidak satupun mengatakan sangat setuju, 5 orang mengatakan setuju, 23 orang mengatakan cukup setuju, 42 orang mengatakan kurang setuju, 30 orang mengatakan tidak setuju.

Tabel 4.25

Pada waktu berbelanja, Anda membeli sesuatu yang tidak saudara maksudkan untuk saudara beli.

Kategori	bobot	frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	5	1	1	5
Setuju	4	17	17	68
Cukup Setuju	**3**	**43**	**43**	**129**
Kurang setuju	2	34	34	68
Sangat tidak setuju	1	5	5	5
Jumlah	10	100	100	275



Gambar 4.26

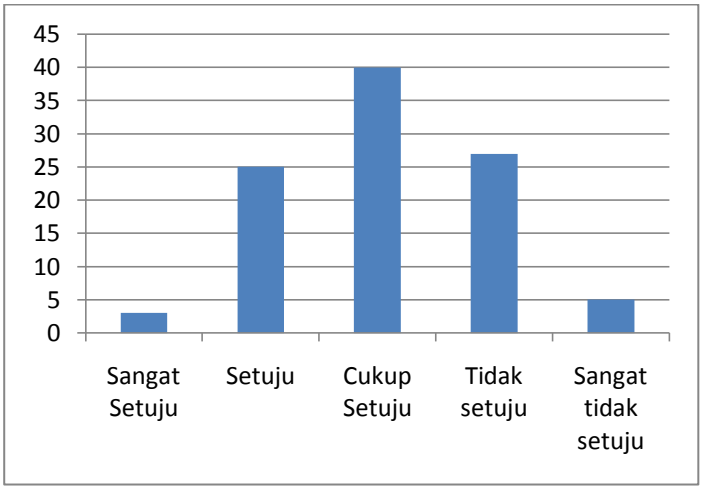
Pada waktu berbelanja, Anda membeli sesuatu yang tidak saudara maksudkan untuk saudara beli.

Berdasarkan tabel yang di atas tanggapan responden dari pertanyaan Pada waktu berbelanja, Anda membeli sesuatu yang tidak saudara maksudkan untuk saudara beli. Mendapatkan tanggapan 1orang mengatakan sangat setuju, 17 orang mengatakan setuju, 43 orang mengatakan cukup setuju, 34 orang mengatakan kurang setuju, 5 orang mengatakan tidak setuju.

Tabel 4.26

Sangat menyenangkan bila membeli secara spontan

Kategori	bobot	frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	5	3	3	15
Setuju	4	25	25	100
Cukup Setuju	**3**	**40**	**40**	**120**
Kurang setuju	2	27	27	54
Sangat tidak setuju	1	5	5	5
Jumlah	10	100	100	294



Gambar 4.27

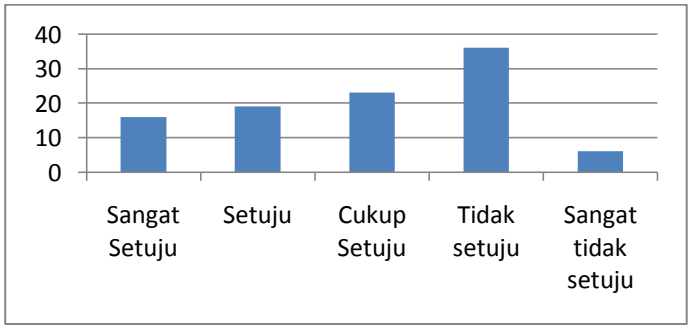
Sangat menyenangkan bila membeli secara spontan

Berdasarkan tabel yang di atas tanggapan responden dari pertanyaan Sangat menyenangkan bila membeli secara spontan. Mendapatkan tanggapan 3orang mengatakan sangat setuju, 25 orang mengatakan setuju, 40 orang mengatakan cukup setuju, 27 orang mengatakan kurang setuju, 5 orang mengatakan tidak setuju.

Tabel 4.27

Dapat dikatakan bahwa anda terutama "hanya sekedar melihat-lihat" selama belanja kali ini.

Kategori	bobot	frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	5	16	16	80
Setuju	4	19	19	76
Cukup setuju	3	23	23	69
Kurang setuju	**2**	**36**	**36**	**72**
Sangat tidak setuju	1	6	6	6
Jumlah	10	100	100	303



Gambar 4.28

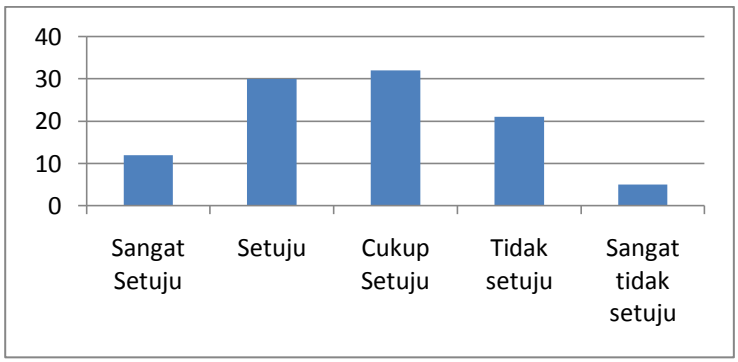
Gambar Responden Berdasarkan Dapat dikatakan bahwa anda terutama "hanya sekedar melihat-lihat" selama belanja kali ini.

Berdasarkan tabel yang di atas tanggapan responden dari pertanyaan Dapat dikatakan bahwa anda terutama “hanya sekedar melihat-lihat” selama belanja kali ini.. Mendapatkan tanggapan 16 orang mengatakan sangat setuju, 19 orang mengatakan setuju, 23 orang mengatakan cukup setuju, 36 orang mengatakan kurang setuju, 6 orang mengatakan tidak setuju.

Tabel 4.28

Anda adalah orang yang melakukan pembelian yang tidak direncanakan

Kategori	bobot	frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	5	12	12	60
Setuju	4	30	30	120
Cukup setuju	**3**	**32**	**32**	**96**
Kurang setuju	2	21	21	42
Sangat tidak setuju	1	5	5	5
Jumlah	10	100	100	323



Gambar 4.29

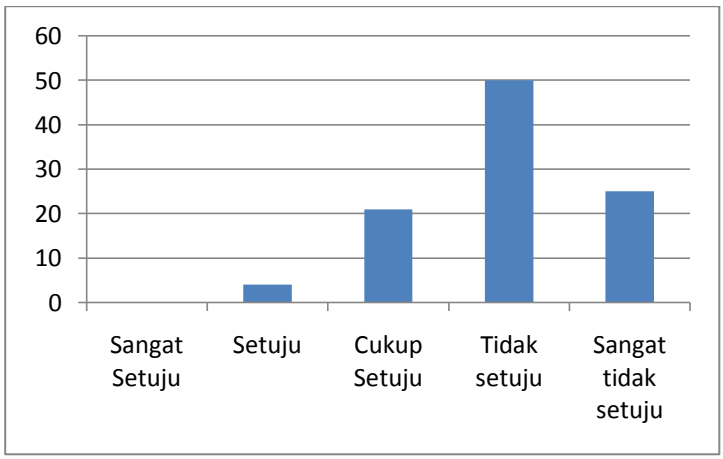
Anda adalah orang yang melakukan pembelian yang tidak direncanakan

Berdasarkan tabel yang di atas tanggapan responden dari pertanyaan Anda adalah orang yang melakukan pembelian yang tidak direncanakan. Mendapatkan tanggapan 12 orang mengatakan sangat setuju, 30 orang mengatakan setuju, 32 orang mengatakan cukup setuju, 21 orang mengatakan kurang setuju, 5 orang mengatakan tidak setuju.

Tabel 4.29

Saudara merasa lekas marah waktu berbelanja.

Kategori	bobot	frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	5		0	0
Setuju	4	4	4	16
Cukup setuju	3	21	21	63
Kurang setuju	**2**	**50**	**50**	**100**
Sangat tidak setuju	1	25	25	25
Jumlah	10	100	100	204



Gambar 4.30

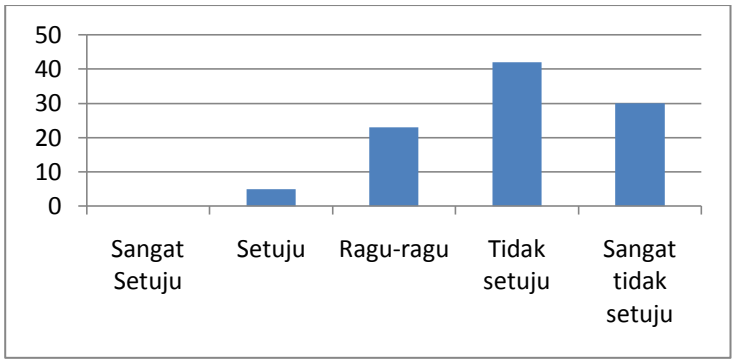
Saudara merasa lekas marah waktu berbelanja.

Berdasarkan tabel yang di atas tanggapan responden dari pertanyaan Saudara merasa lekas marah waktu berbelanja. Mendapatkan tanggapan 0 orang mengatakan sangat setuju, 4 orang mengatakan setuju, 21 orang mengatakan cukup setuju, 50 orang mengatakan kurang setuju, 25 orang mengatakan tidak setuju.

Tabel 4.30

Saudara merasa tertekan sewaktu berbelanja.

Kategori	bobot	frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	5		0	0
Setuju	4	5	5	20
Cukup setuju	3	23	23	69
Kurang setuju	**2**	**42**	**42**	**84**
Sangat tidak setuju	1	30	30	30
Jumlah	10	100	100	203



Gambar 4.31

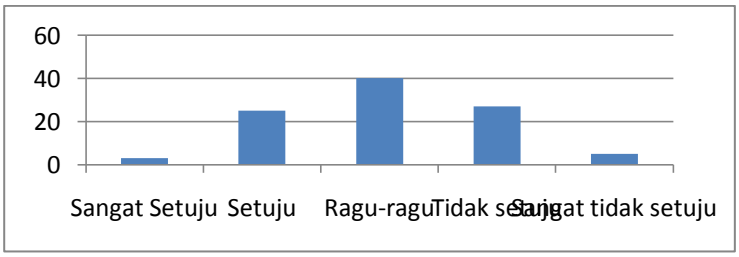
Saudara merasa tertekan sewaktu berbelanja.

Berdasarkan tabel yang di atas tanggapan responden dari pertanyaan Saudara merasa tertekan sewaktu berbelanja..Mendapatkan tanggapan 0 orang mengatakan sangat setuju, 5 orang mengatakan setuju, 23 orang mengatakan cukup setuju, 42 orang mengatakan kurang setuju, 30 orang mengatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.31

Saudara merasa bahwa saudara memiliki cukup uang ekstra untuk belanja kali ini sehingga saudara dapat sedikit berbelanja secara royal jika saudara menjumpai sesuatu yang benar-benar saudara suka

Kategori	bobot	frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	5	3	3	15
Setuju	4	25	25	100
Cukup setuju	**3**	**40**	**40**	**120**
Kurang setuju	2	27	27	54
Sangat tidak setuju	1	5	5	5
Jumlah	10	100	100	294



Gambar 4.32

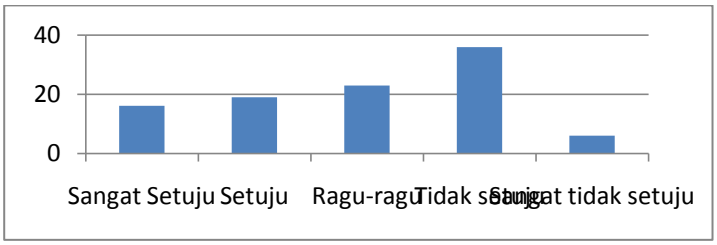
Saudara merasa bahwa saudara memiliki cukup uang ekstra untuk belanja kali ini sehingga saudara dapat sedikit berbelanja secara royal jika saudara menjumpai sesuatu yang benar-benar saudara suka

Berdasarkan tabel yang di atas tanggapan responden dari pertanyaan Saudara merasa bahwa saudara memiliki cukup uang ekstra untuk belanja kali ini sehingga saudara dapat sedikit berbelanja secara royal jika saudara menjumpai sesuatu yang benar-benar saudara suka. Mendapatkan tanggapan 3 orang mengatakan sangat setuju, 25 orang mengatakan setuju, 40 orang mengatakan cukup setuju, 27 orang mengatakan kurang setuju, 5 orang mengatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.32

Pada waktu berbelanja, saudara membeli sesuatu yang tidak saudara maksudkan untuk saudara beli

Kategori	bobot	frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	5	16	16	80
Setuju	4	19	19	76
Cukup setuju	3	23	23	69
Kurang setuju	**2**	**36**	**36**	**72**
Sangat tidak setuju	1	6	6	6
Jumlah	10	100	100	303



Gambar 4.33

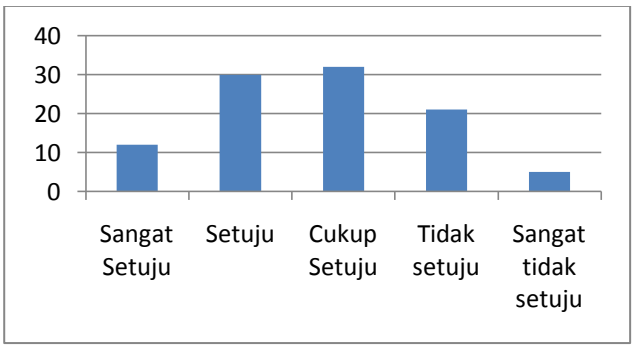
Gambar Responden Berdasarkan Pendapatan Pada waktu berbelanja, saudara membeli sesuatu yang tidak saudara maksudkan untuk saudara beli

Berdasarkan tabel yang di atas tanggapan responden dari pertanyaan Pada waktu berbelanja, saudara membeli sesuatu yang tidak saudara maksudkan untuk saudara beli. Mendapatkan tanggapan 16 orang mengatakan sangat setuju, 19 orang mengatakan setuju, 23 orang mengatakan cukup setuju, 36 orang mengatakan kurang setuju, 6 orang mengatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.33

Berbelanja di Distro Linecoltd karena tertarik untuk mencoba produk baru

Kategori	bobot	frekuensi	%	Skor Aktual
Sangat Setuju	5	12	12	60
Setuju	4	30	30	120
Cukup setuju	**3**	**32**	**32**	**96**
Kurang setuju	2	21	21	42
Sangat tidak setuju	1	5	5	5
Jumlah	10	100	100	323



Gambar 4.34

Berbelanja di Distro Linecoltd karena tertarik untuk mencoba produk baru

Berdasarkan tabel yang di atas tanggapan responden dari pertanyaan Berbelanja di Distro Linecoltd karena tertarik untuk mencoba produk baru. Mendapatkan tanggapan 12 orang mengatakan sangat setuju, 30 orang mengatakan setuju, 32 orang mengatakan cukup setuju, 21 orang mengatakan kurang setuju, 5 orang mengatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.34

Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Pembelian Impulsif

No	Pertanyaan	Skor	Skor Ideal	%
1	Secara mendadak anda merasakan keinginan yang sangat tinggi untuk membeli sesuatu yang tidak Anda rencanakan dalam belanja kali ini	257	500	51,4%
2	Anda tidak tergesa-gesa selama berbelanja kali ini	266	500	53,2%
3	Anda merasa bersemangat sewaktu berbelanja.	323	500	54,6%
4	Berbelanja hanyalah menghabiskan waktu	203	500	40,6%
5	Pada waktu berbelanja, Anda membeli sesuatu yang tidak saudara maksudkan untuk saudara beli.	275	500	55%
6	Sangat menyenangkan bila membeli secara spontan	294	500	58,8%
7	Dapat dikatakan bahwa anda terutama "hanya sekedar melihat-lihat" selama belanja kali ini.	303	500	60,6%
8	Anda adalah orang yang melakukan pembelian yang tidak direncanakan	323	500	64,6%
9	Saudara merasa lekas marah waktu berbelanja	204	500	40,8%
10	Saudara merasa tertekan sewaktu berbelanja	203	500	40,6%
11	Saudara merasa bahwa saudara memiliki cukup uang ekstra untuk belanja kali ini sehingga saudara dapat sedikit berbelanja secara royal jika saudara menjumpai sesuatu yang benar-benar saudara suka.	294	500	58,8%
12	Pada waktu berbelanja, saudara membeli sesuatu yang tidak saudara maksudkan untuk saudara beli.	303	500	60,6%
13	Berbelanja di Distro Linecoltd karena tertarik untuk mencoba produk baru	323	500	64,6%
Total		**3571**	**6500**	**55,3%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2011

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

Pertanyaan sebanyak 13 item, dengan responden sebanyak 100 orang.

Nilai Indeks Maksimum = Skor Maksimum x Jumlah Pertanyaan x Responden

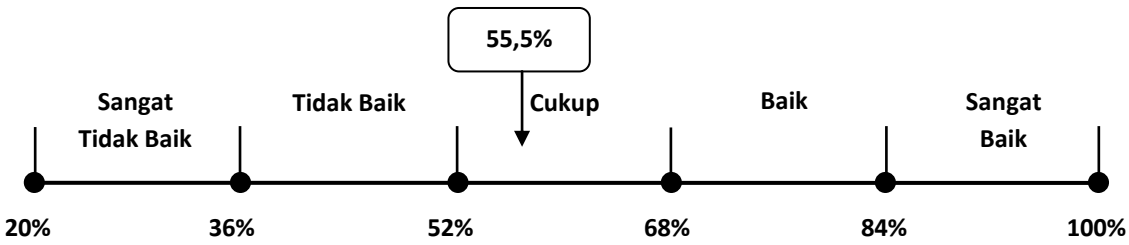
= 5 x 13 x 100

= 3571

$$\% \text{ Skor} = \frac{Skor\ aktual}{Skor\ ideal} x100\%$$

$$\% \text{ Skor} = \frac{3571}{6500} x100\% = 55{,}3\%$$

Jika digambarkan pada garis kontinum, nilai skor aktual tersebut tampak sebagai berikut:



Gambar 4.35

Kategori Variabel Pembelian Impulsif Pada Distro Linecoltd bandung

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Pembelian Impulsif Pada Distro Linecoltd Bandung tergolong cukup baik dengan persentase skor total sebesar 55,3% yang terletak antara rentang 52% - 68%.

4.4 Analisis Verifikatif

Untuk melihat apakah penataan produk dan respon lingkungan berbelanja secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap pembelian impulsif akan dilakukan analisis regresi linier berganda.

a. Persamaan Regresi Linier Berganda

Untuk melihat pengaruh penataan produk (X1) dan respon lingkungan berbelanja (X2) Terhadap pembelian impulsif (Y), maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut :

Persamaan regresi linier berganda yang akan dibentuk adalah:

$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$

$\hat{Y}$ = nilai taksiran untuk variabel pembelian impulsif

a = konstanta

b_i = koefisien regresi

X_1 = Penataan produk

X_2 = respon lingkungan berbelanja

Tabel 4.35

Tabel Penolong Untuk Menghitung Persamaan Regresi dan Uji Korelasi

No	X1	X2	Y	X1y	X2y	X1x2	X_1^2	X_2^2	Y^2
1	20.5037	13.6794	32.7261	671.0073	447.6744	280.4797	420.4037	187.1270	1070.9964
2	23.6046	16.0796	36.3695	858.4884	584.8076	379.5535	557.1787	258.5542	1322.7396
3	21.0107	22.9647	55.3573	1163.0949	1271.2654	482.5047	441.4490	527.3788	3064.4305
4	17.0563	10.2664	31.3372	534.4963	321.7193	175.1057	290.9162	105.3981	982.0226
5	23.4607	9.0009	26.1582	613.6911	235.4488	211.1686	550.4054	81.0170	684.2533
6	19.2155	13.7656	23.3647	448.9650	321.6294	264.5128	369.2354	189.4916	545.9106
7	24.8189	13.4824	37.3791	927.7093	503.9595	334.6185	615.9794	181.7748	1397.1972
8	26.0380	13.6875	41.2486	1074.0299	564.5920	356.3955	677.9752	187.3486	1701.4491
9	23.3676	12.4040	22.9065	535.2694	284.1321	289.8509	546.0430	153.8589	524.7083
10	28.3957	18.6308	40.1167	1139.1420	747.4042	529.0342	806.3175	347.1055	1609.3468
…	……	…….	……..	……	……	……..	……	……..	……..
100	24.8189	18.5241	41.6347	1033.3286	771.2443	459.7478	615.9794	343.1414	1733.4478

Berdasarkan table diatas maka dapat disimpukan sebagai berikut:

n =	100	$\sum x_2^2 =$	24998..645
$\sum x_1 =$	2108.3415	$\sum y^2 =$	159571.966
$\sum x_2 =$	1538.648	$\sum x_1 y =$	81586..359
$\sum y =$	3892.981	$\sum x_2 y =$	62601.234
$\sum x_1^2 =$	46366.863	$\sum x_1 x_2 =$	32328.1606

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

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

$\sum X_1^2 = 46366.863 - \frac{(834,459)^2}{100}$

$\sum X_1^2 = 614,080$

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

$\sum X_2^2 = 30199,743 - \frac{(1268,246)^2}{100}$

$\sum X_2^2 = 955,235$

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

$\sum Y^2 = 11381,930 - \frac{(776,516)^2}{100}$

$\sum Y^2 = 418,701$

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

$\sum X_1 Y = 12047,928 - \frac{(834,459)(776,516)}{100}$

$\sum X_1 Y = 266,633$

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

$$\sum X_2 Y = 18265,445 - \frac{(1268,246)(776,516)}{100}$$

$$\sum X_2 Y = 359,741$$

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

$$\sum X_1 X_2 = 19579,602 - \frac{(834,459)(1268,246)}{100}$$

$$\sum X_1 X_2 = 337,789$$

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

$$b_1 = \frac{\sum X_2^2 \sum X_1 Y - \sum X_1 X_2 \sum X_2 Y}{\sum X_1^2 \sum X_2^2 - \sum X_1 X_2^{\ 2}}$$

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

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

$$b_1 = -0.138$$

$$b_2 = \frac{\sum X_1^2 \sum X_2 Y - \sum X_1 X_2 \sum X_1 Y}{\sum X_1^2 \sum X_2^2 - \sum X_1 X_2^{\ 2}}$$

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

$$b_2 = \frac{830844{,}114}{472488{,}797}$$

$$b_2 = 2.029$$

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

$$a = \frac{776{,}516}{55} - 0{,}282\left(\frac{834{,}459}{100}\right) - 0{,}277\left(\frac{1268{,}246}{100}\right)$$

$$a = 10.622$$

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

$$\hat{Y} = 10.622 + (-)0{,}138X_1 + 2{,}029X_2$$

Dengan menggunakan *software* SPSS, diperoleh hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 4.36

Koefisien Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.622	3.391		3.133	.002
	Penataan Produk	-.138	.116	-.067	-1.193	.236
	Lingkungan Berbelanja	2.029	.139	.824	14.594	.000

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

Berdasarkan hasil pengolahan data seperti diuraikan pada tabel 4.5 maka dapat dibentuk persamaan regresi Pengaruh Penatan Produk dan Respon Lingkungan Berbelanja terhadap Pembelian Impulsif sebagai berikut.

$$\hat{Y} = \mathbf{10.622 + (-)0{,}138\ X_1 + 2{,}029\ X_2}$$

Nilai a dan b_i dalam persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a = 9,183 artinya: jika Penataan Produk dan respon lingkungan berbelanja bernilai 0 satuan maka pembelian impulsif akan bernilai 10.622 satuan.

b_1 = 0,094 artinya: jika penataan produk meningkat sebesar satu satuan sementara respon lingkungan berbelanja konstan maka pembelian imppulsif akan meningkat sebesar -0,138 satuan.

b_2 = 2,071 artinya: jika respon lingkungan berbelanja meningkat sebesar satu satuan sementara penataan produk konstan maka maka pembelian impulsif akan meningkat sebesar 2,029 satuan.

b. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linier di antara variabel bebas dan variabel terikat. Berikut akan diuraikan analisis korelasi baik korelasi parsial maupun korelasi berganda.

4.4.1 Analisis Korelasi Parsial Antara Penataan Produk (X_1) dengan Pembelian Impulsif (Y)

Dengan menggunakan software SPSS, diperoleh hasil analisis korelasi parsial antara Penataan Produk (X_1) dengan Pembelian Impulsif (Y) sebagai berikut

Tabel 4.37

Koefisien Korelasi Parsial X_1 dengan Y

Coefficients[a]

Model		Correlations		
		Zero-order	Partial	Part
1	Penataan Produk	-.125	-.120	-.067
	Lingkungan Berbelanja	.829	.829	.822

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

Berdasarkan output di atas, diketahui koefisien korelasi parsial antara Penataan Produk terhadap pembelian impulsive sebesar -0,120. Koefisien korelasi bertanda positif menunjukkan hubungan parsial yang terjadi antara Penataan Produk dan Pembelian Impulsif adalah berbanding lurus, dimana peningkatan Penataan Produk akan diikuti oleh peningkatan Pembelian Impulsif. Nilai -0,120 menunjukkan bahwa dengan asumsi variabel X_2 (Respon Lingkungan berbelanja) konstan, maka hubungan yang terjadi antara Penataan Produk dan Pembelian Impulsif berada dalam kategori hubungan yang kurang kuat atau sangat lemah (interval 0,400 – 0,599).

4.4.2 Analisis Korelasi Parsial Antara Lingkungan Berbelanja(X_2) dengan Pembelian impulsif (Y)

Dengan menggunakan software SPSS, diperoleh hasil analisis korelasi parsial antara Lingkungan Berbelanja (X_2) dengan Pembelian Impulsif (Y) sebagai berikut

Tabel 4.38

Koefisien Korelasi Parsial X_2 dengan Y

Coefficients[a]

Model		Correlations		
		Zero-order	Partial	Part
1	Penataan Produk	-.125	-.120	-.067
	Lingkungan Berbelanja	.829	.829	.822

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

Berdasarkan output di atas, diketahui koefisien korelasi parsial antara Lingkungan Berbelanja dengan Pembelian Impulsif sebesar 0,829. Koefisien korelasi bertanda positif menunjukkan hubungan parsial yang terjadi antara Lingkungan Berbelanja dengan Pembelian Impulsif adalah berbanding lurus, dimana peningkatan Lingkungan Berbelanja akan diikuti oleh peningkatan Pembelian Impulsif. Nilai 0,829 menunjukkan bahwa dengan asumsi variabel X_1 (Penataan Produk) konstan, maka hubungan yang terjadi antara Lingkungan Berbelanja dengan Pembelian Impulsif berada dalam kategori hubungan yang cukup kuat (interval 0,61 – 0,80).

4.4.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (KD) merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (R) atau disebut juga sebagai R-Square. Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Penataan Produk dan Lingkungan berbelanja secara simultan terhadap Pembelian Impulsif Konsumen. Dengan menggunakan SPSS, diperoleh koefisien determinasi yang dapat dilihat pada tabel output berikut:

Tabel 4.39

Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.832[a]	.692	.686	5.04599

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.832[a]	.692	.686	5.04599

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Berbelanja, Penataan Produk

Dari tabel hasil output SPSS di atas, diketahui nilai koefisien determinasi atau *R square* sebesar 0,692 atau 69,0%. Hal ini menunjukkan bahwa Penataan Produk dan Lingkungan Berbelanja secara simultan memberikan pengaruh terhadap variabel Pembelian Impulsif sebesar 69,0% sedangkan sisanya sebesar 100%-69,0% = 31,0% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti. Untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial maka dilakukan dengan cara nilai *beta* X *zero order* pada output SPSS sebagai berikut :

Tabel 4.40

Determinasi Secara Parsial

Coefficients[a]

Model		Correlations		
		Zero-order	Partial	Part
1	Penataan Produk	-.125	-.120	-.067
	Lingkungan Berbelanja	.829	.829	.822

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

Berikut disajikan hasil pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan rumus *beta* X *zero order* :

1. Variabel Display = -0.125 x (-)0,120 = 0,015 atau 15,%
2. Variabel Lingkungan berbelanja = 0,829 x 0,829 = 0,681 atau 68,%

Dari hasil perhitungan secara parsial di atas, dapat diketahui bahwa variabel yang paling berengaruh terhadap variabel terikat adalah variabel Lingkungan berbelanja (X_2) sebesar 68,1% dan diikuti dengan variabel Penataan Produk (X_1) sebesar 14,5% maka total pengaruh secara keseluruhan sebesar 82,6% dan sisanya 17,4% merupakan variabel lain yang tidak diteliti.

4.4.4 Pengujian Hipotesis

4.4.4.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji Statistik F)

Untuk menguji apakah variabel Penataan Produk dan Lingkungan Berbelanja secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Pembelian Impulsif, maka dilakukan pengujian hipotesis simultan sebagai berikut:

H_0: $\beta_1 = \beta_2 = 0$, Artinya, tidak terdapat pengaruh simultan yang signifikan dari Penataan Produk (X_1) dan Respon Lingkungan Berbelanja (X_2) terhadap Pembelian Impulsif (variabel Y).

H_a : $\beta_i \neq \beta_2 \neq 0$, Artinya, terdapat pengaruh simultan yang signifikan dari Penataan Produk (X_1) dan Respon Lingkungan Berbelanja (X_2) terhadap Pembelian Impulsif (variabel Y).

Taraf signifikansi (α) : 0,05

Kriteria uji :

tolak H_0 jika nilai F-hitung > F-tabel,

terima H_a jika nilai F-hitung < F-tabel

Nilai statistik uji F dapat diketahui dari tabel output berikut:

Tabel 4.41

Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

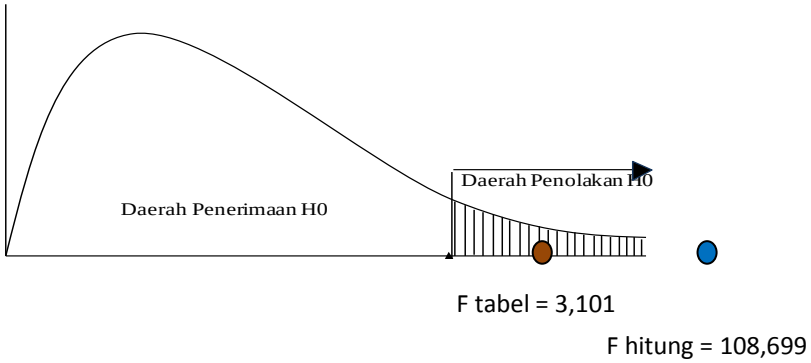
ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5549.120	2	2774.560	108.969	.000[a]
	Residual	2469.815	97	25.462		
	Total	8018.935	99			

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Berbelanja, Penataan Produk

b. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

Berdasarkan tabel output di atas, dapat diketahui nilai F hitung sebesar 108,969. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai F tabel. Dengan α=0,05, db_1=2 dan db_2=97, diketahui nilai F tabel sebesar 3,101. Dari nilai-nilai di atas, diketahui nilai F hitung (108,699) > F tabel (3,101), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh simultan yang signifikan dari Penataan Produk(X_1) dan Respon Lingkungan Berbelanja (X_2) terhadap Pembelian Impulsif (variabel Y). Jika disajikan dalam gambar, maka nilai F hitung dan F tabel tampak sebagai berikut:



Gambar 4.36

Kurva Uji Hipotesis Simultan X_1 dan X_2 terhadap Y

4.4.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji Statistik t)

Untuk melihat lebih rinci pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat, berikut disajikan uji hipotesis secara parsial menggunakan uji t.

- **Pengujian X_1:**

Ho : $\beta_1 = 0$ Penataan Produk secara parsial tidak berpengaruh positif yang signifikan terhadap Pembelian Impulsif

Ha : $\beta_1 \neq 0$ Lingkungan Berbelanja secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Impulsif

Dengan taraf signifikansi 0,05

Kriteria : Tolak Ho jika |t hitung| lebih besar dari |t tabel|, terima dalam hal lainnya

Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji hipotesis parsial X_1 sebagai berikut:

Tabel 4.42

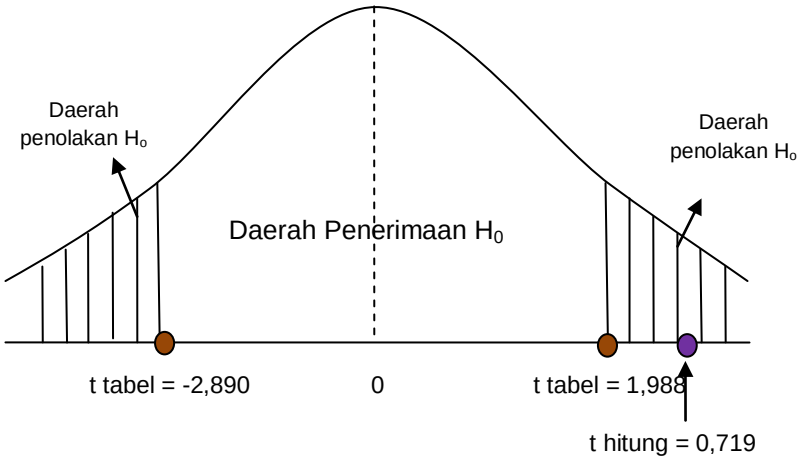
Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t) X_1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.622	3.391		3.133	.002
	Penataan Produk	-.138	.116	-.067	-1.193	.236
	Lingkungan Berbelanja	2.029	.139	.824	14.594	.000

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai t hitung untuk Penataan Produk sebesar 10.622. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=100-2-1=97, untuk pengujian dua sisi diperoleh nilai t tabel sebesar ± 2,890. Diketahui bahwa t hitung untuk X_1 sebesar 0,719 berada kurang dari nilai t tabel (1,988), maka Ho diterima artinya Penataan Produk secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadapPembelian Impulsif. Jika digambarkan, nilai t hitung dan t tabel untuk pengujian parsial X_1 tampak sebagai berikut:



Gambar 4.37

Kurva Uji Hipotesis Parsial X_1 terhadap Y

- **Pengujian X_2:**

Ho : $\beta_2 = 0$ Lingkungan berbelanja secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Impulsif

Ha : $\beta_2 = 0$ Lingkungan Berbelanja secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Impulsif

Dengan taraf signifikansi 0,05

Kriteria : Tolak Ho jika t hitung lebih besar dari t tabel, terima dalam hal lainnya

Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji hipotesis parsial X_2 sebagai berikut:

Tabel 4.43

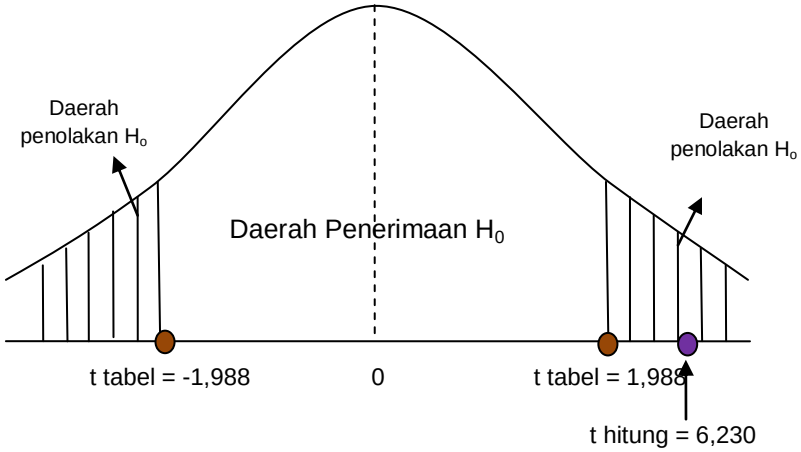
Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t) X_2

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.622	3.391		3.133	.002
	Penataan Produk	-.138	.116	-.067	-1.193	.236
	Lingkungan Berbelanja	2.029	.139	.824	14.594	.000

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai t hitung untuk Lingkungan berbelanja sebesar 14.594. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=100-2-1=97, untuk pengujian dua sisi diperoleh nilai t tabel sebesar 2,890. Diketahui bahwa t hitung untuk X_2 sebesar 14,223 berada lebih dari nilai t tabel (2,890), maka Ho ditolak artinya Lingkungan Berbelanja secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Pembelian Impulsif. Jika digambarkan, nilai t hitung dan t tabel untuk pengujian parsial X_2 tampak sebagai berikut:



Gambar 4.38

Kurva Uji Hipotesis Parsial X_2 terhadap Y