BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Baby Bones pertama kali berdiri, karena pada waktu itu sang pemilik (Nedi) dia merasa bahwa baju yang berada di pasaran tidak cocok untuk di pakai oleh anaknya. Sehingga dia mempunyai ide untuk membuat baju khusus anaknya sendiri.

Namun pada saat itu dia belum terfikirkan semua design baju anaknya bisa memiliki nilai jual yang cukup bagus. Seiring dengan banyaknya orang yang menilai bahwa design kaos yang sangat bagus dan banyaknya permintaan baju Baby Bones dari teman-temannya maka pada tahun 2006 awal resmi di bukanya toko atau Distro Baby Bones.

Dalam awal berdirinya distro Baby Bones ini sering mengalami permasalahan baik itu dari intern perusahaan maupun ekstern perusahaan. Disro Baby Bones pernah mengalami pakum (berhenti) dalam industri pakaian atau fashion di karenakan pihak manajemen baby bones lebih fokus ke bandnya yang lebih dulu muncul atau ada.

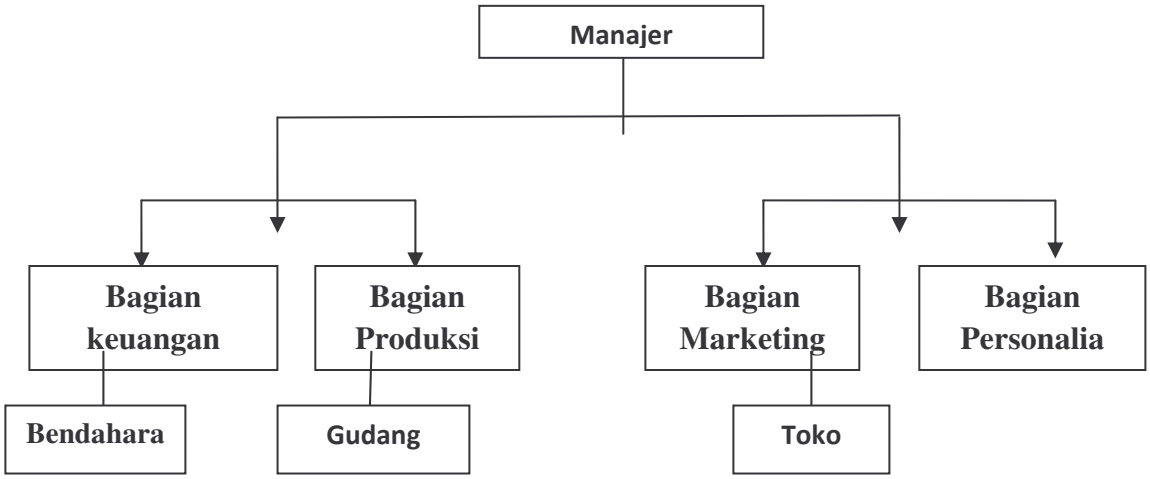
Namun pada tahun 2009 Baby Bones di kelola lebih baik dari sebelumnya karena manajemen yang ada sudah memiliki inisiatif sendiri dengan melakukan

dua tugas dalam satu manajemen. Hingga saat ini baby bones masih berdiri dan masih masih ada di industri pakaian serta mampu bersaing dengan industri pakaian yang sudah ada.

Awalnya lokasi toko baby bones terletak di jl setiabudi, namun dengan bertambahnya permintaan konsumen akan baju baby bones. Maka dia memindahkan lokasinya ke jl Trunojoyo supaya konsumen lebih mudah dalam melakukan pembelian. di karenakan lokasi yang baru letaknya lebih strategis dan cukup rame serta di dukung dengan banyak toko distro-distro lainya yang letaknya berdekatan.

Sampai sekarang ini Baby Bones sudah mampu bertahan di dunia industri pakaian, serta sudah memiliki beberapa gerai di luar kota khusunya dikota-kota besar yang ada di Indonesia. Bahkan distro baby Bones sudah membuka gerai di luar negeri.

4.1.2 Struktur Organisasi



Sumber : baby bones

Gambar 4.1

4.1.3 Deskripsi Tugas

4.1.3.1 Manajer

a. Tugas

- Memegang kekuasaan secara penuh dan bertanggung jawab terhadap pengembangan perusahaan secara keseluruhan.
- Menentukan kebijakan yang dilaksanakan perusahaan.
- Melakukan penjadwalan seluruh kegiatan perusahaan.

b. Wewenang

- Sebagai pimpinan tertinggi perusahaan.

c. Tanggung jawab

- Bertanggung jawab sepenuhnya pada perusahaan jika terjadi masalah.

4.1.3.2 Bagian Keuangan

a. Tugas

- Mengurusi tentang pembayaran gaji karyawan perusahaan.
- Melaksanakan dan menyelanggarakan pengelolaan keuangan perusahaan.
- Mengurus pembukuan mengenai transaksi yang dilakukan oleh perusahaan.
- Mencatat keuangan tiap bulan.
- Melakukan pengelolaan keuangan melliputi penetapan pengembangan kebijaksanaan pengelolaan keuangan, pengelolaan kas dan pengendalian penyertaan modal karyawan.

b. Wewenang

- Mengawasi dan mengembangkan bidang keuangan.

c. Tanggung jawab

- Dalam menjalankan tugas dan wewenangnya kepada Bagian Keuangan bertanggung jawab kepada manajer.

4.1.3.3 Bagian Produksi

a. Tugas

- Memimpin dan menyelenggarakan pengelolaan bidang produksi.
- Menunjang fungsi lain dibidang produksi.
- Melakukan koordinasi seluruh aktivitas produksi.

- Membantu Direksi menyusun kebijakan perusahaan yang dilandasi dengan bidangnya.
- Mengkoordinasi dan mengawasi semuanya kegiatan dan pelaksanaan produksi serta memeriksa hasil jadi agar sesuai dengan kualitas yang ditentukan.

b. Wewenang

- Mengawasi dan mengembangkan bidangnya serta menjalankan penelitian dan penilaian kinerja serta mekanisme dibidangnya.

c. Tanggung jawab

- Dalam menjalankan tugas dan wewenangnya Kepala Bagian Produksi bertanggung jawab kepada manajer.

4.1.3.4 Bagian Marketing

a. Tugas

- Mencari dan menerima order dari pelanggan.
- Mengumpulkan data dan teknik penjualan.
- Membuat dan mengajukan rencana penjualan kepada pimpinan.
- Membuat order pesanan dan order kerja dari pesanan yang telah disetujui oleh pelanggan dan seterusnya ke bagian produksi untuk penjualan.

b. Wewenang

- Mengatur bidang pemasaran sesuai dengan peraturan yang berlaku di perusahaan.

c. Tanggung Jawab

- Dalam menjalankan tugas dan wewenangnya Kepala Seksi Pemasaran bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Produksi.

4.1.3.5 Bagian Personalia

a. Tugas

- Memimpin seksi personalia dan umum beserta stafnya.
- Membina dan mengembangkan disiplin aparatur dibidangnya.

b. Wewenang

- Wajib melaporkan perkembangan karyawan setiap bulannya, merekrut karyawan, memelihara dan menjaga asset perusahaan dan menjaga kebersihan lingkungan kantor.

c. Tanggung jawab

- Dalam menajalankan tugas dan wewenangnya Kapala Seksi Personalia dan Umum bertanggung jawab kepada manajer.

4.1.4 Aspek Perusahaan

Distro baby bones adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang fashion. Salah satunya adalah menjual pakaian anak, awalnya perusahaan ini hanya menjual baju khusus untuk anak-anak. Usia mulai dari 2-5 tahun serta 6-10 tahun.

Namun seiring dengan banyaknya permintaan dari konsumen maka untuk saat ini tidak hanya menjual baju khusus anak-anak saja melainkan untuk orang

dewasa pun ada, serta banyak permintaan dari para orang tua yang mengenginginkan baju yang sama dengan anaknya, biar dilihat lebih serasi sama anaknya.

Selain bertujuan untuk memperoleh laba, distro baby bones mengajarkan kepada anak-anak untuk lebih kreatif, dengan desain baju yang sederhana supaya bisa dilihat dan dimengerti oleh anak-anak.

Misi

Untuk menginspirasi anak-anak untuk selalu berpikir positif. Satu anak, Satu T-Shirt, Satu lingkungan pada suatu waktu.

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 82 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 kuesioner 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

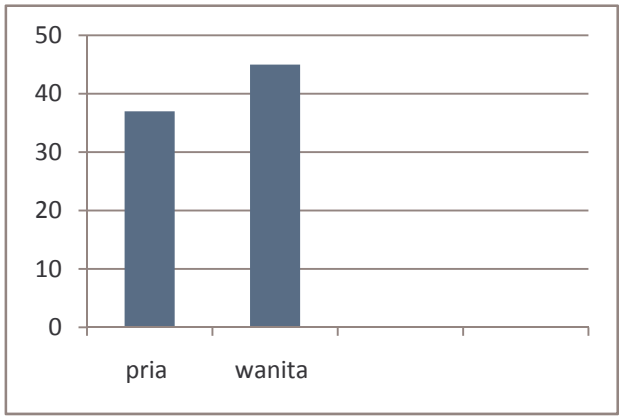
pernyataan mengenai variabel penelitian, yaitu variabel X1 (*display toko*)serta X2 *(Promosi Penjualan)* dan variabel Y (*Keputusan Pembelian*).

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, dan sumber informasi dengan kualifikasi sebagai berikut:

Tabel 4.1

Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	f	%
1	Pria	37	45,12
2	Wanita	45	54,88
Jumlah		**82**	**100**



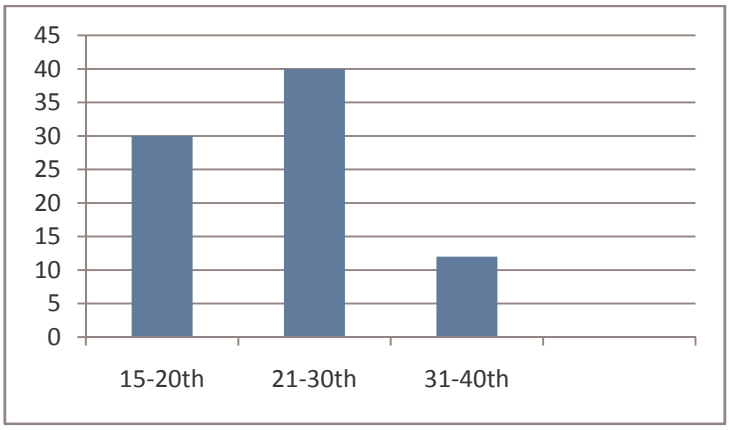
Gambar 4.2

Tabel dan gambar di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Dari tabel tersebut dapat dilihat mayoritas responden sebanyak 37 orang (45,12%) berjenis kelamin pria dan 45 orang lainnya (54,88%) berjenis kelamin wanita. Jadi distro Baby Bones banyak dikunjungi oleh kaum wanita.

Tabel 4.2

Usia

No	Usia	f	%
1	15- 20 th	30	36,59
2	21-30 th	40	48,78
3	31-40 th	12	14,63
Jumlah		**82**	**100**



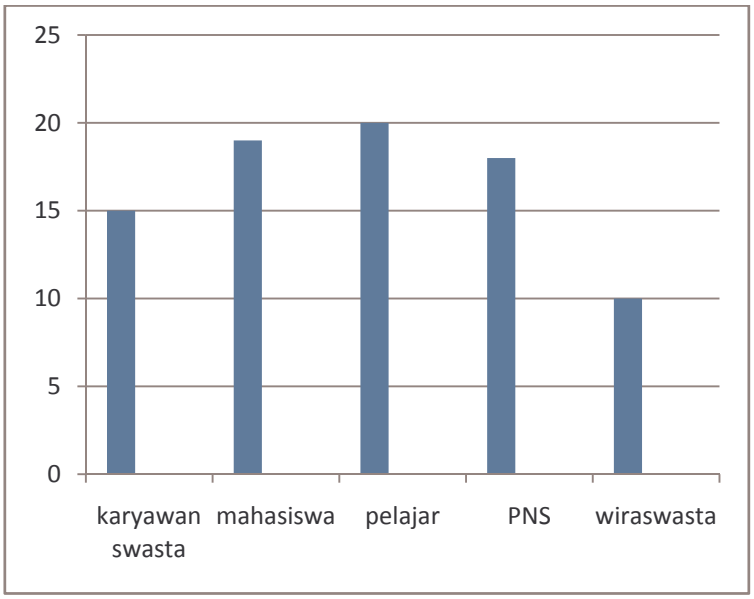
Gambar 4.3

Tabel dan gambar di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan usia. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 30 orang (36,59%) berusia antara 15-20 tahun, 40 orang (48,78%) berusia antara 20-30 tahun dan 12 orang lainnya (14,63%) berusia antara 31-40 tahun. Jadi banyaknya jumlah pengunjung berdasarkan usia yang paling banyak antara 20-30th.

Tabel 4.3

Pekerjaan

No	Pekerjaan	f	%
1	Karyawan Swasta	15	18,29
2	Mahasiswa	19	23,17
3	Pelajar	20	24,40
4	PNS	18	21,95
5	Wiraswasta	10	12,19
Jumlah		**82**	**100**



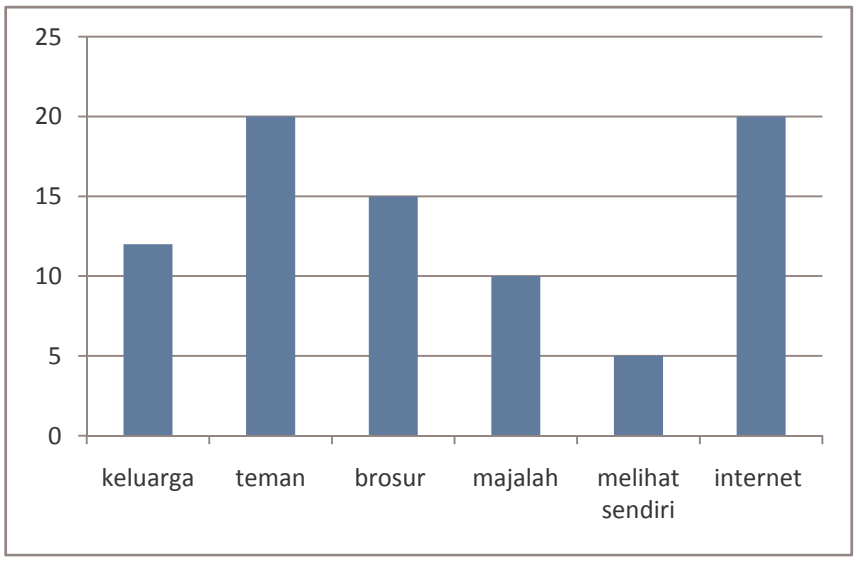
Gambar4.4

Tabel dan gambar di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 19 orang (23,17%) bekerja sebagai mahasiswa, 15 orang (18,29%) bekerja sebagai karyawan swasta, 10 orang (12,19%) bekerja sebagai wiraswasta, 20 orang (24,40%) bekerja sebagai pelajar dan 18 orang lainnya (21,95%) bekerja sebagai PNS. Pekerjaan akan mempengaruhi pendapatan seseorang. Hal ini sesuai dengan pendapat Schiffman dan Kanuk (2004:59) bahwa pendidikan, pekerjaan dan pendapatan mempunyai hubungan sebab akibat.

Tabel 4.4

Dimana Anda Memperoleh Informasi Mengenai Distro Baby Bones

No	Jawaban Responden	f	%
1	Keluarga	12	14,64
2	Teman	20	24,39
3	Brosur	15	18,29
4	Majalah/koran	10	12,29
5	Melihat sendiri	5	6
6	Internet	20	24,39
Jumlah		**82**	**100,00**



Gambar 4.5

Tabel dan gambar di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan “Saya memperoleh informasi mengenai distro baby bones”. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 12 orang (14,64%) menyatakan keluarga, 20 orang (24,39%) menyatakan teman, 15 orang (18,29%) menyatakan brosur, 10 orang (12,29%) menyatakan majalah/koran, 5 orang (6%) menyatakan melihat sendiri, dan 20 orang (24,39%) menyatakan internet.

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

Tabel 4.5

Kriteria Persentase Tanggapan Responden

% Jumlah Skor	Tingkat kriteria
20.00% - <36.00%	Sangat Tidak Baik, Sangat Rendah
36.01% - <52.00%	Tidak Baik, Rendah
52.01% - <68.00%	Cukup Baik, Cukup
68.01% - <84.00%	Baik, Tinggi
84.01% - <100%	Sangat Baik, Sangat Tinggi

Sumber : Umi Narimawati, 2007:85)

4.3.1. Tanggapan Responden Mengenai Display Toko

Menurut Buchari Alma (2007 : 189) Display adalah " non personal stimulation of demand for produk, service or selling organization to perspective buyer buyers by direct appeal to vision or the other sencos" yang artinya Display adalah keinginan memberi sesuatu yang tidak didorong oleh seseorang tapi di dorong oleh daya tarik atau penglihatan ataupun oleh perasaan lainnya.

Menurut buchari alma (2007:189) display di bagi menjadi tiga bagian diantaranya:

1. Window Display (penataan bagian depan toko)
2. Interior Display (penataan bagian dalam toko)
3. Exterior Display (penataan di luar toko)

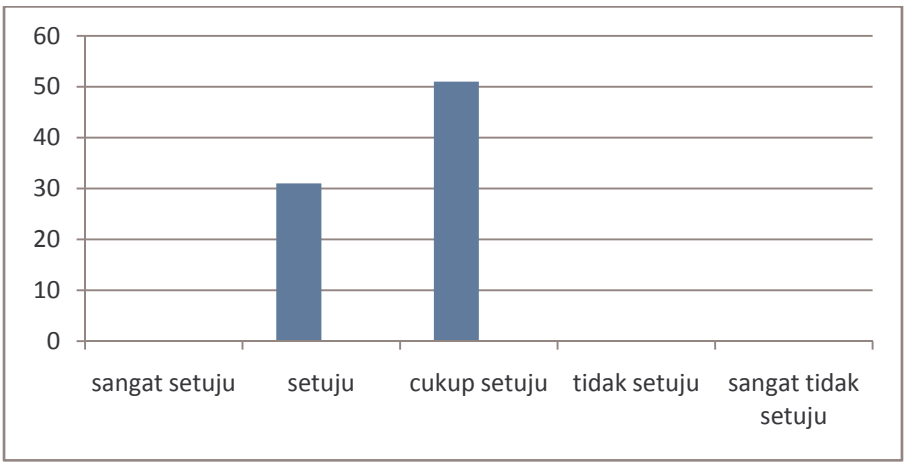
1. Window Display (penataan bagian depan toko)

Bagian depan toko adalah bagian yang termuka atau terdepan. Maka ia hendaknya memberikan kesan yang menarik, dengan mencerminkan kemantapan dan kekekokohan. Disamping itu hendaklah menunjukan spirit perusahaan dan sifat kegiatan yang ada di dalamnya karena bagian depan dan eksterior berfungsi sebagai identifikasi atau tanda pengenalan maka sebaiknya dipasang lambang-lambang.

Tabel 4.6

Apakah bentuk pemajangan produk sudah menarik pada distro tersebut

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat Setuju	5	0	0	0
Setuju	4	31	37,80	124
Cukup Setuju	3	51	62,20	153
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		**82**	**100**	**277**



Gambar 4.6

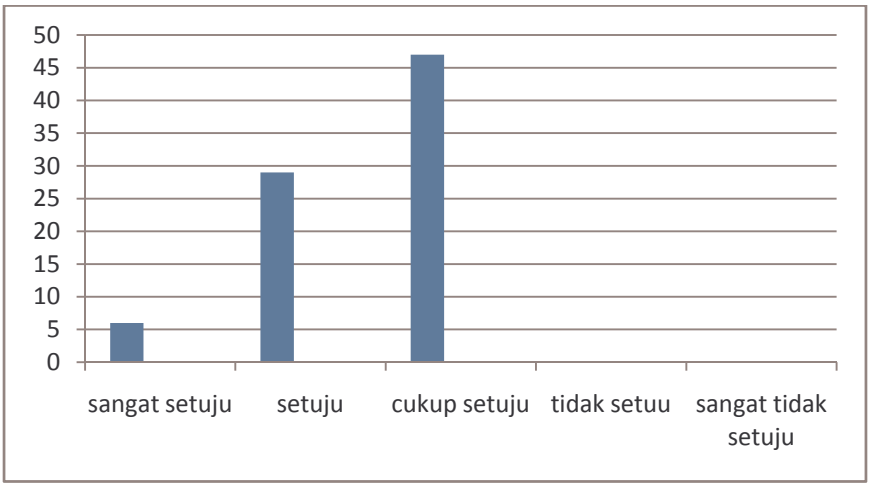
Tabel dan gambar di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pertanyaan "Apakah bentuk pemajangan produk sudah menarik pada distro tersebut"**.** Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 31 orang (37,80%)

menyatakan setuju, dan 51 orang (62,20%) menyatakan cukup setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 51 dari 82 responden menyatakan bahwa bentuk pemajangan produk yang dilakukan distro tersebut cukup menarik perhatian konsumen.

Tabel 4.7

Bentuk pemajangan barang di distro tersebut menunjukan ke anekaragaman barang yang baik

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat Setuju	5	6	7,3	30
Setuju	4	29	35,4	116
Cukup Setuju	3	47	57,3	141
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		**82**	**100**	**287**



Gambar 4.7

Tabel dan gambar di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pertanyaan“ bentuk pemajangan barang di distro tersebut menunjukan ke anekaragaman barang yang baik”. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 29 orang (35,4%) menyatakan setuju, 6 orang (7,3%) menyatakan sangat setuju dan 47 orang (57,3%) menyatakan cukup setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden 47 dari 82 responden menyatakan bahwa bentuk pemajangan barang di toko sudah menunjukkan bentuk keanekaragaman barang yang ada**.**

Tabel 4.8

Skor Total Window Display

No	Pernyataan	skor	Skor ideal	%
1	Apakah bentuk pemajangan produk sudah sudah menarik pada distro tersebut	277	410	67,56
2	Menurut anda pemajangan barang di distro baby bones menunjukan keanekaragaman yang baik	287	410	70
Total		**564**	**820**	**68,78**

Untuk mengkategorikan penilaian responden terhadap indikator window display secara umum, maka dibuat pengkategorian sebagai berikut:

Menghitung jarak interval untuk 2 pertanyaan dengan 82 responden

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

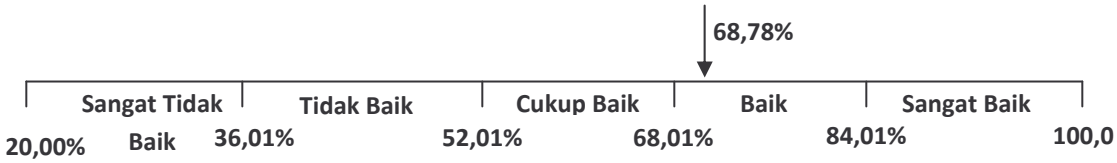
= 5 x 2 x 82

= 820

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

$$\% \text{ Skor} = \frac{564}{820} x100\% = 68{,}78\%$$

Selanjutnya perhitungan dan skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



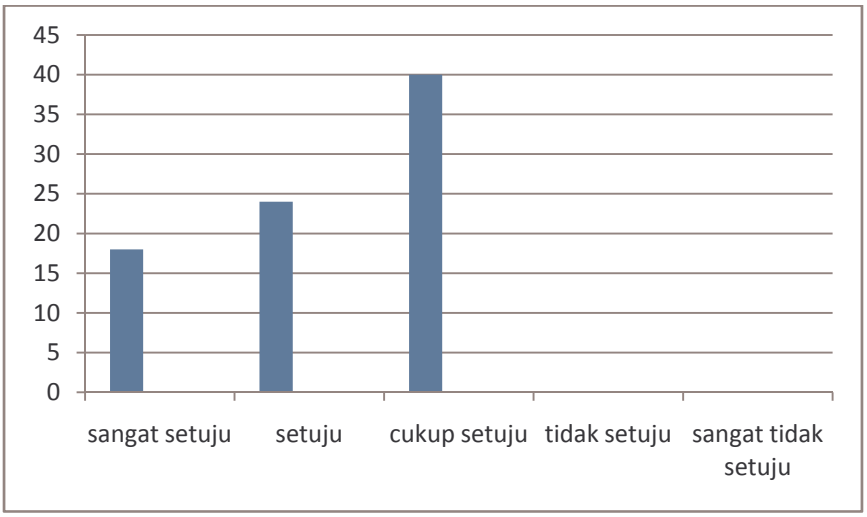
Berdasarkan table di atas, persentasi skor total untuk penerapan harga adalah sebesar 68,78% yang terletak antara rentang 68,00% dan 84,00%. Dengan demikian, penerapan harga berada pada tingkat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa bentuk penataan display toko pada distro baby bones bandug sudah baik

2. Interior Display (penataan bagian dalam toko)

Tabel 4.9

Apakah bentuk pemajangan produk bisa menarik daya beli konsumen

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat Setuju	5	18	21,95	90
Setuju	4	24	29,27	96
Cukup Setuju	3	40	48,78	120
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		**82**	**100**	**306**



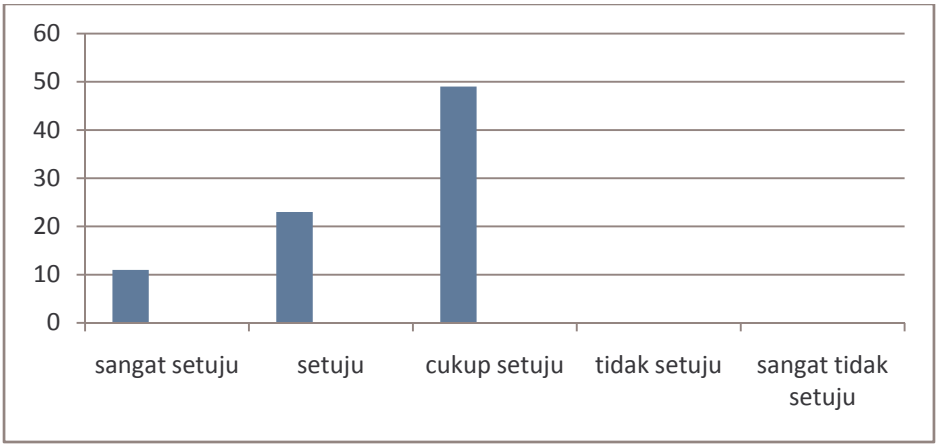
Gambar 4.8

Tabel dan gambar di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pertanyaan "menurut anda apakah bentuk pemajangan produk bisa menarik daya beli konsumen". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 24 orang (29,27%) menyatakan setuju, 18 orang (21,95%) menyatakan sangat setuju dan 40 orang (48,78%) menyatakan cukup setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden 40 dari 82 responden menyatakan bahwa bentuk pemajangan barang di toko sudah bisa menarik daya beli konsumen.

Tabel 4.10

Menurut anda bentuk penyusunan barang pada etalase dapat memudahkan konsumen dalam berbelanja

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat Setuju	5	11	13	55
Setuju	4	23	28	92
Cukup Setuju	3	49	59	147
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		**82**	**100**	**294**



Gambar 4.9

Tabel dan gambar di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "menurut anda apakah bentuk pemajangan barang pada etalase dapat

memudahkan konsumen dalam berbelanja". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 23 orang (28%) menyatakan setuju, 11 orang (13%) menyatakan sangat setuju dan 49 orang (59%) menyatakan cukup setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden 49 dari 82 responden menyatakan bahwa bentuk pemajangan barang pada etalase dapat memudahkan konsumen dalam berbelanja.

Tabel 4.11

Skor Total Interior Display

No	Pernyataan	Skor	Skor ideal	%
1	Apakah bentuk pemajangan produk sudah sudah bisa menarik daya beli konsumen	306	410	74,63
2	Menurut anda bentuk penyusunan barang pada etalase dapat memudahkan konsumen dalam berbelanja	294	410	71,70
Total		**600**	**820**	**73,17**

Untuk mengkategorikan penilaian responden terhadap indikator interior display secara umum, maka dibuat pengkategorian sebagai berikut:

Menghitung jarak interval untuk 2 pertanyaan dengan 82 responden

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

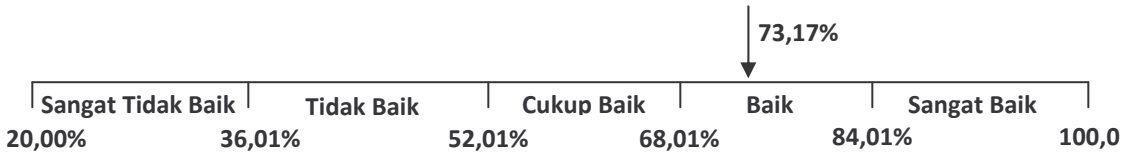
= 5 x 2 x 82

$$= 820$$

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

$$\% \text{ Skor} = \frac{600}{820} x100\% = 73{,}17\%$$

Selanjutnya perhitungan dan skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



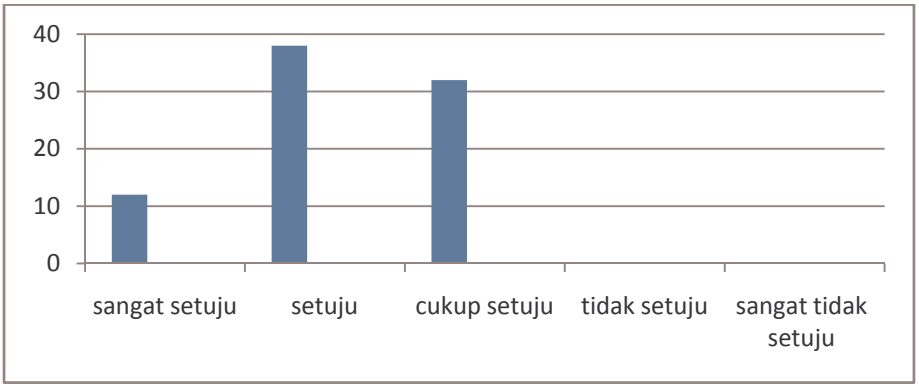
Berdasarkan table di atas, persentasi skor total untuk penerapan harga adalah sebesar 73,17% yang terletak antara rentang 68,00% dan 84,00%. Dengan demikian, penerapan harga berada pada tingkat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa bentuk penataan display toko pada distro baby bones bandug sudah baik.

3. Exterior Display (penataan di luar toko)

Tabel 4.12

Menurut anda pemajangan barang di luar toko dapat memperkenalkan produk secara tepat

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat Setuju	5	12	14,64	60
Setuju	4	38	46,34	152
Cukup Setuju	3	32	39,02	96
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		**82**	**100**	**308**



Gambar 4.10

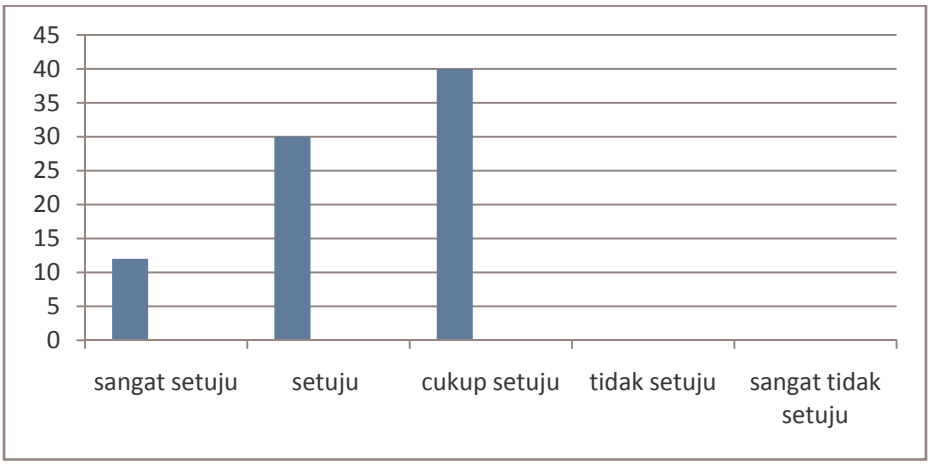
Tabel dan gambar di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "menurut anda apakah pemajangan barang diluar toko dapat

memperkenalkan produk secara tepat". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 38 orang (46,34%) menyatakan setuju, 12 orang (14,64%) menyatakan sangat setuju dan 32 orang (39,02%) menyatakan cukup setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden 38 dari 82 responden menyatakan bahwa bentuk pemajangan di luar toko dapat memperkenalkan barang secara tepat.

Tabel 4.13

Menurut anda pemajangan nama dan logo di luar toko

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat Setuju	5	12	14,64	60
Setuju	4	30	36,58	120
Cukup Setuju	3	40	48,78	120
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		**82**	**100**	**300**



Gambar 4.11

Tabel dan di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "menurut anda apakah bentuk pemajangan barang di distro tersebut menunjukan ke anekaragaman barang yang baik". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 30 orang (14,64%) menyatakan setuju, 12 orang (36,58%) menyatakan sangat setuju dan 40 orang (48,78%) menyatakan cukup setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden 40 dari 82 responden menyatakan bahwa bentuk pemajangan nama dan logo diluar toko sudah baik.

Tabel 4.14

Skor Total Interior Display

No	Pernyataan	Skor	Skor ideal	%
1	Menurut anda pemajangan barang di luar toko dapat memperkenalkan produk secara tepat	308	410	75,12

2	Menurut anda pemajangan nama dan logo di luar toko	300	410	73,17
	Skor total	**608**	**820**	**74,14**

Untuk mengkategorikan penilaian responden terhadap indikator interior display secara umum, maka dibuat pengkategorian sebagai berikut:

Menghitung jarak interval untuk 2 pertanyaan dengan 82 responden

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

= 5 x 2 x 82

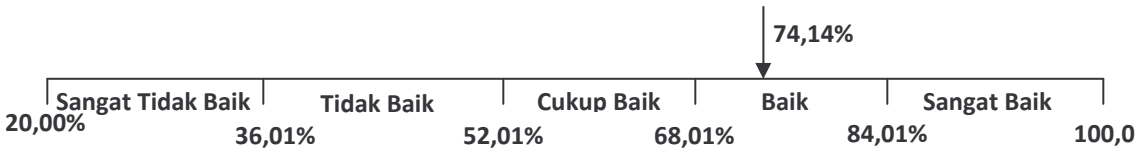
= 820

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

$$\% \text{ Skor} = \frac{608}{820} x100\% = 74{,}14\%$$

Untuk mengetahui tanggapan responden secara keseluruhan untuk *display toko* (variabel X1) , maka dibuat pengkategorian terlebih dahulu. Berikut ini adalah tabel rekap skor untuk setiap pernyataan variabel *display toko*

Selanjutnya perhitungan dan skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Berdasarkan table di atas, persentasi skor total untuk penerapan harga adalah sebesar 74,14% yang terletak antara rentang 68,00% dan 84,00%. Dengan demikian, penerapan harga berada pada tingkat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa bentuk penataan display toko pada distro baby bones bandug sudah baik.

Tabel 4.15

Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel display toko

No	Pertanyaan	skor	Skor ideal	%
1	Apakah bentuk pemajangan produk sudah sudah menarik pada distro tersebut	277	410	67,56
2	Menurut anda pemajangan barang di distro baby bones menunjukan keanekaragaman yang baik	287	410	70
3	Apakah bentuk pemajangan produk sudah sudah bisa menarik daya beli konsumen	306	410	74,63
4	Menurut anda bentuk penyusunan barang pada etalase dapat memudahkan konsumen dalam berbelanja	294	410	71,70
5	Menurut anda pemajangan barang di luar toko	308	410	75,12

	dapat memperkenalkan produk secara tepat			
6	Menurut anda pemajangan nama dan logo di luar toko	300	410	73,17
	Skor total	**1772**	**2460**	**72,03**

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

Menghitung jarak interval untuk 6 pertanyaan dengan 82 responden

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

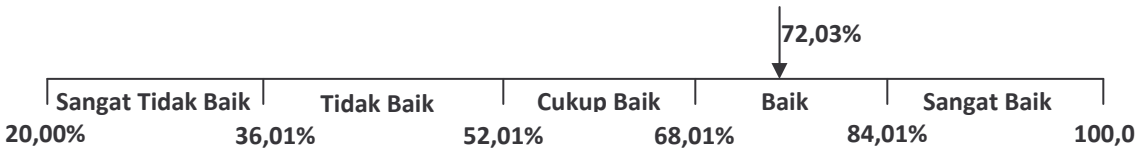
= 5 x 6 x 82

= 2460

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

$$\% \text{ Skor} = \frac{1772}{2460} x100\% = 72{,}03\%$$

Selanjutnya perhitungan dan skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



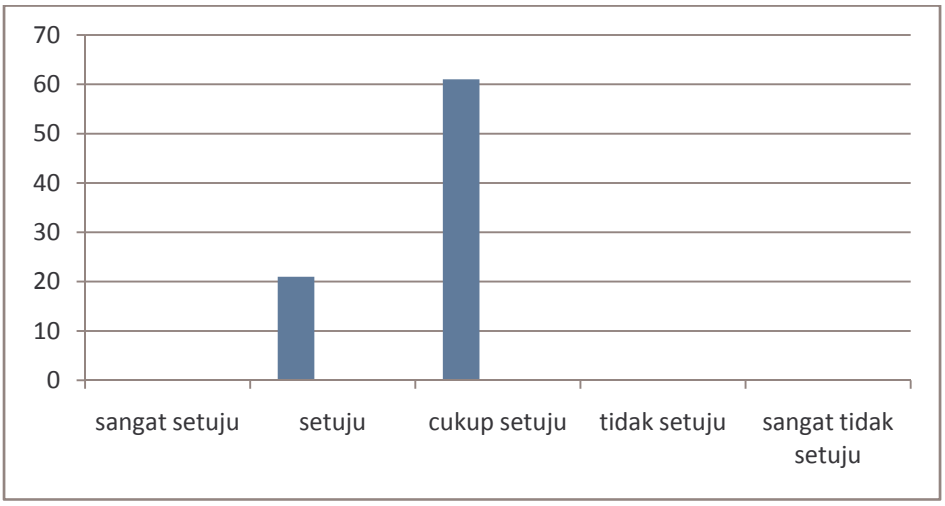
Berdasarkan table di atas, persentasi skor total untuk penerapan harga adalah sebesar 72,03% yang terletak antara rentang 68,01% dan 84,01%. Dengan demikian, penerapan harga berada pada tingkat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa bentuk penataan display toko pada distro baby bones bandug sudah baik.

4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai promosi penjualan

Tabel 4.16

Bagaimana tanggapan anda mengenai pemberian kupon dan potongan harga yang diberikan perusahaan

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat setuju	5	0	0	0
Setuju	4	21	25,60	84
Cukup setuju	3	61	74,40	183
Tidak setuju	2	0	0	0
Sangat tidak setuju	1	0	0	0
Total		**82**	**100**	**267**



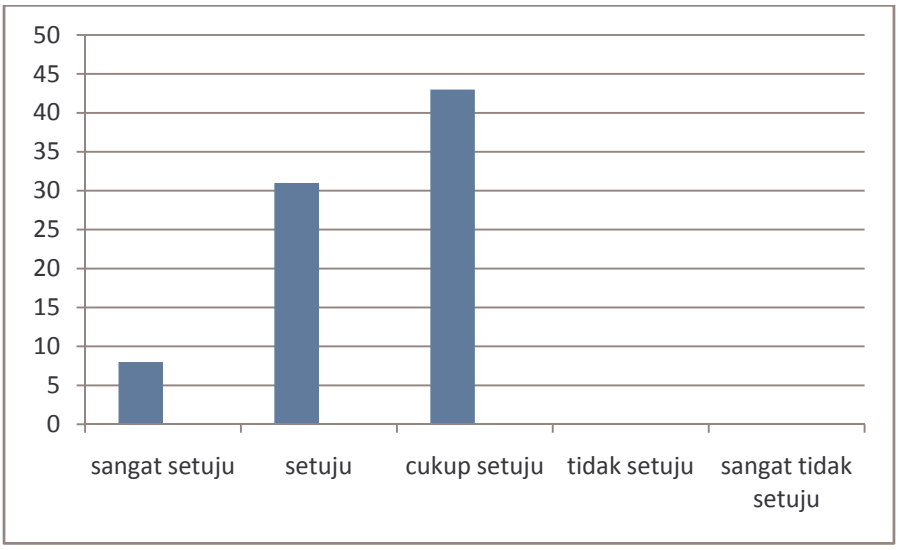
Gambar 4.12

Tabel dan gambar di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "bagaimana tanggapan anda mengenai pemberian kupon dan potongan harga yang diberikan perusahaan"**.** Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 21 orang (25,60%) menyatakan setuju, dan 61 orang (74,40%) menyatakan cukup setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 61 dari 82 responden menyatakan bahwa bentuk pemberian kupon atau potongan harga cukup berpengaruh dalam melakukan pembelian.

Tabel 4.17

Bagaimana reaksi anda jika perusahaan mengadakan undian

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat setuju	5	8	9,75	40
Setuju	4	31	37,80	124
Cukup setuju	3	43	52,45	129
Tidak setuju	2	0	0	0
Sangat tidak setuju	1	0	0	0
Total		**82**	**100**	**293**



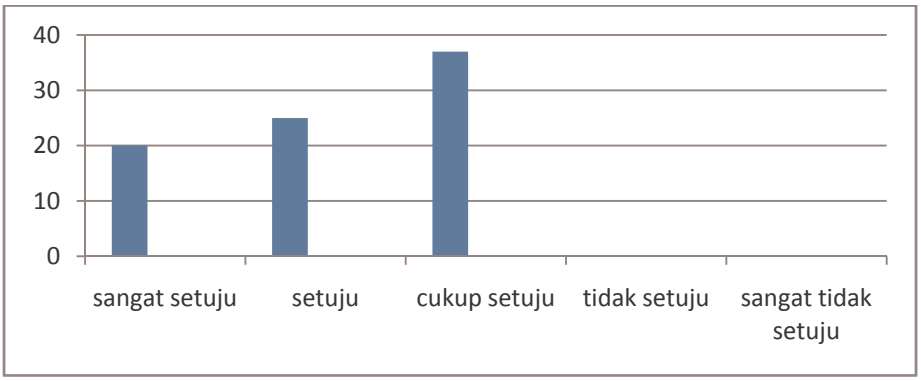
Gambar 4.13

Tabel dan gambar di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pertanyaan “bagaimana reaksi anda jika perusahaan mengadakan undian”**.** Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 8 orang (9,75%) menyatakan sangat setuju 31 orang (37,80%) menyatakan setuju, dan 43 orang (52,45%) menyatakan cukup setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 43 dari 82 responden menyatakan bahwa bentuk pemberian undian yang dilakukan perusahaan cukup baik untuk menarik konsumen.

Tabel 4.18

Bagaimana bentuk pemajangan produk yang dilakukan oleh perusahaan

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat setuju	5	20	24,40	100
Setuju	4	25	30,48	100
Cukup setuju	3	37	45,12	111
Tidak setuju	2	0	0	0
Sangat tidak setuju	1	0	0	0
Total		**82**	**100**	**311**



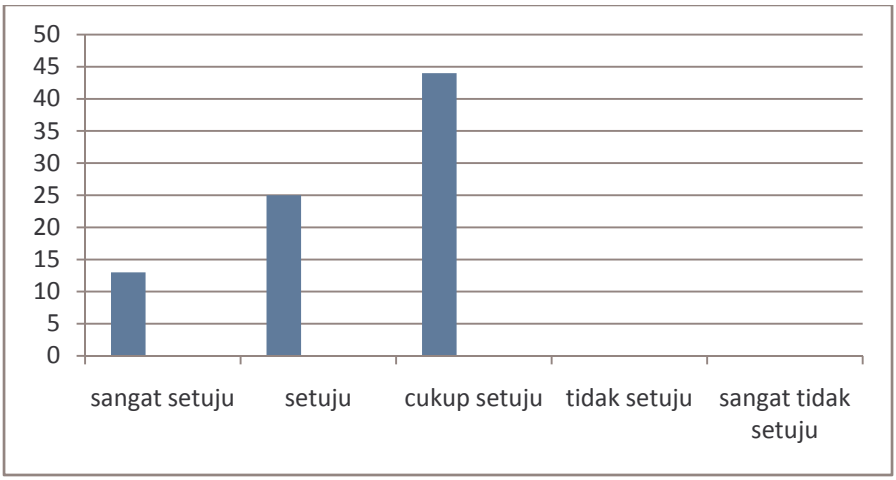
Gambar 4.14

Tabel dan gambar di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pertanyaan "bagaimana bentuk pemajangan produk yang dilakukan oleh perusahaan"**.** Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 20 orang (24,40) menyatakan sangat setuju 25 orang (30,48%) menyatakan setuju, dan 37 orang (45,12%) menyatakan cukup setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 37 dari 82 responden menyatakan bahwa bentuk pemajangan produk yang dilakukan distro tersebut cukup menarik perhatian konsumen.

Tabel 4.19

Apakah bonus yang diberikan perusahaan sudah bisa menarik konsumen

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat setuju	5	13	15,85	65
Setuju	4	25	30,50	100
Cukup setuju	3	44	53,65	132
Tidak setuju	2	0	0	0
Sangat tidak setuju	1	0	0	0
Total		**82**	**100**	**297**



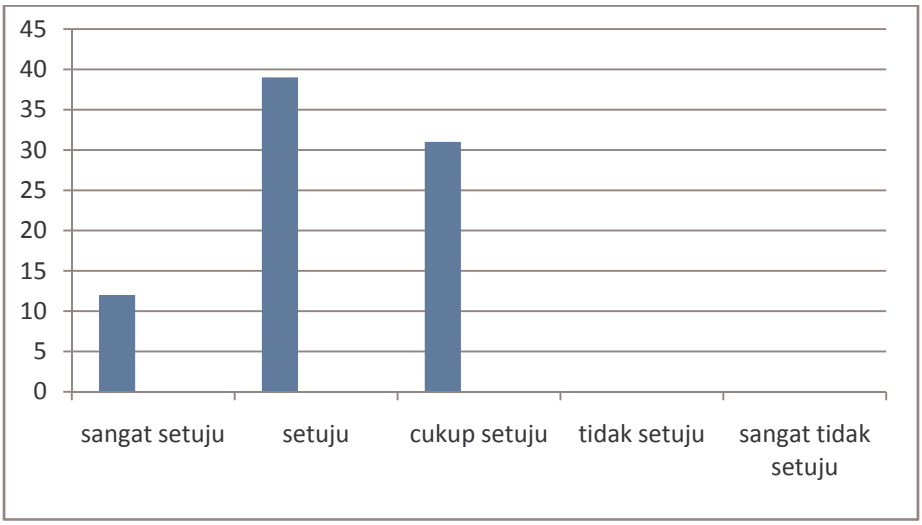
Gambar 4.15

Tabel dan gambar di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pertanyaan “Apakah bonus yang di berikan perusahaan sudah bisa menarik konsumen”**.** Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 13 orang (15,85%) menyatakan sangat setuju 25 orang (30,50%) menyatakan setuju, dan 44 orang (53,65%) menyatakan cukup setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden 44 dari 82 responden menyatakan bahwa bonus yang diberikan kepada konsumen cukup, untuk melakukan pembelian.

Tabel 4.20

Apakah bentuk promosi tersebut dapat membuat anda akan balik lagi untuk membeli

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat setuju	5	12	14,64	60
Setuju	4	39	47,56	156
Cukup setuju	3	31	37,80	93
Tidak setuju	2	0	0	0
Sangat tidak setuju	1	0	0	0
Total		**82**	**100**	**309**



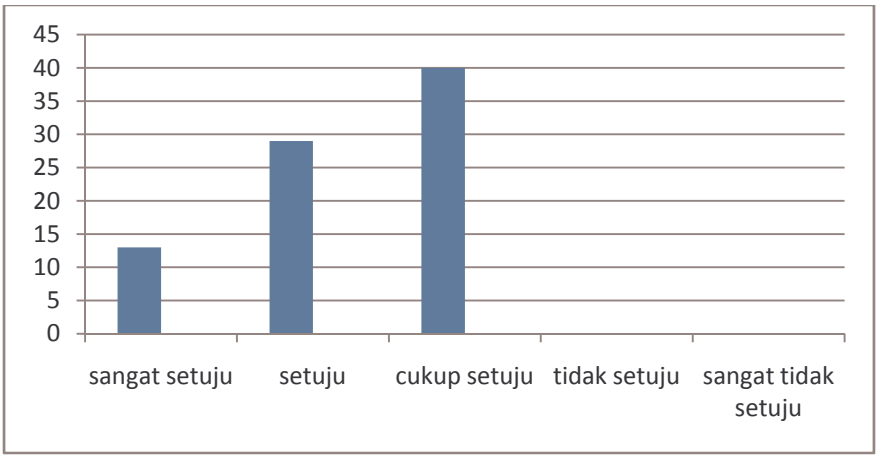
Gambar 4.16

Tabel dan gambar di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pertanyaan "Apakah bentuk promosi tersebut dapat membuat anda akan balik lagi untuk membeli"**.** Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 12 orang (14,64%) menyatakan sangat setuju, 39 orang (47,56%) menyatakan setuju, dan 31 orang (37,80%) menyatakan cukup setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden 39 dari 82 responden menyatakan setuju bahwa bentuk promosi tersebut dapat membawa konsumen mau datang kembali.

Tabel 4.21

Apakah bentuk promosi atau tema yang dilakukan perusahaan dapat melakukan pembelian

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat setuju	5	13	15,85	65
Setuju	4	29	35,36	116
Cukup setuju	3	40	48,79	120
Tidak setuju	2	0	0	0
Sangat tidak setuju	1	0	0	0
Total		**82**	**100**	**301**



Gambar 4.17

Tabel dan gambar di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pertanyaan “Apakah bentuk promosi atau tema yang dilakukan perusahaan dapat melakukan pembelian”**.** Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 13 orang (15,85%) menyatakan sangat setuju, 29 orang (35,36%) menyatakan setuju, dan 40 orang (48,79%) menyatakan cukup setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden 40 dari 82 responden menyatakan cukup, bahwa bentuk tema dan promosi yang dilakukan perusahaan dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

Tabel 4.22

Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel promosi penjualan

No	Pertanyaan	Skor	Skor ideal	%
1	Bagaimana tanggapan anda mengenai pemberian kupon dan potongan hargayang diberikan perusahaan	267	410	65,12
2	Bagaimana reaksi anda jika perusahaan mengadakan undian	293	410	71,46
3	Bagaimana bentuk pemajangan produk yang dilakukan oleh perusahaan	311	410	75,85
4	Apakah bonus yang diberikan perusahaan kepada konsumen sudah bisa menarik	297	410	72,43

	konsumen			
5	Apakah bentuk promosi tersebut dapat membuat anda akan balik lagi untuk membeli	309	410	75,36
6	Apakah bentuk promosi atau tema yang dilakukan perusahaan dapat membuat anda melakukan pembelian	301	410	73,41
	Skor total	**1778**	**2460**	**72,27**

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

Menghitung jarak interval untuk 6 pertanyaan dengan 82 responden

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

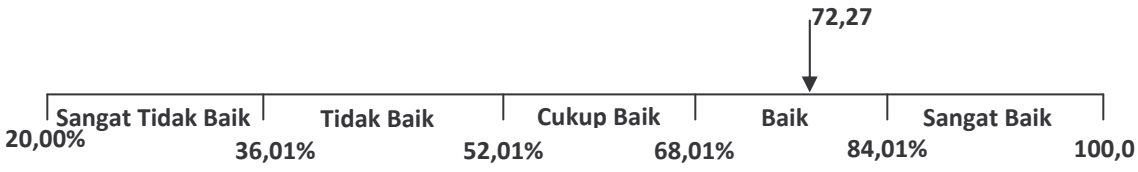
= 5 x 6 x 82

= 2460

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

$$\% \text{ Skor} = \frac{1778}{2460} x100\% = 72{,}27\%$$

Selanjutnya perhitungan dan skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



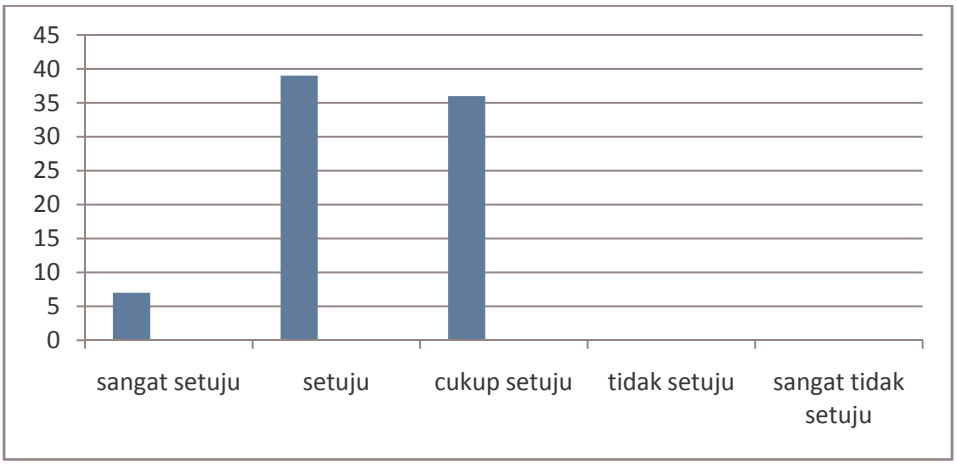
Berdasarkan table di atas, persentasi skor total untuk penerapan harga adalah sebesar 72,27% yang terletak antara rentang 68,00% dan 84,00%. Dengan demikian, penerapan harga berada pada tingkat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa bentuk promosi penjualan yang dilakukan oleh distro baby bones bandug sudah baik.

4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai keputusan pembelian

Tabel 4.23

Menurut anda apakah display toko dan promosi penjualan mampu menyadarkan ke inginan konsumen untuk berbelanja

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat setuju	5	7	8,53	35
Setuju	4	39	47,57	156
Cukup setuju	3	36	43,90	108
Tidak setuju	2	0	0	0
Sangat tidak setuju	1	0	0	0
Total		**82**	**100**	**299**



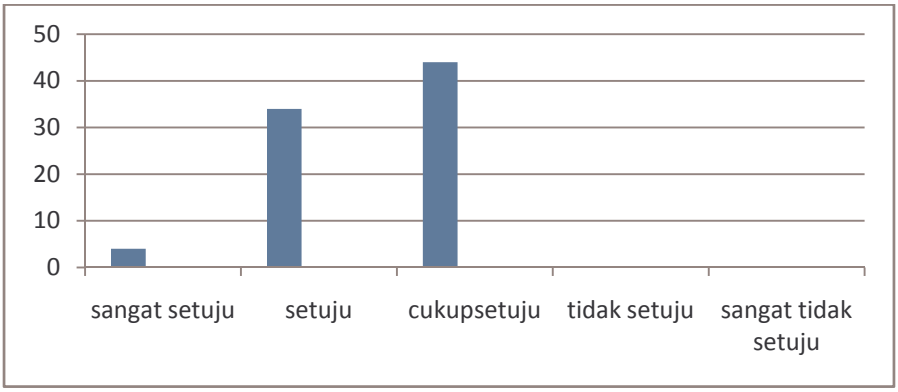
Gambar 4.18

Tabel dan gambar di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "menurut anda apakah display toko dan promosi penjualan mampu menyadarkan ke inginan konsumen untuk berbelanja "**.** Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 7 orang (8,53%) menyatakan sangat setuju, 39 orang (47,57%) menyatakan setuju, dan 36 orang (43,90%) menyatakan cukup setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 39 dari 82 responden menyatakan bahwa bentuk pemajangan produk yang dilakukan distro tersebut cukup menarik perhatian konsumen.

Tabel 4.24

Apakah penataan display toko dan promosi penjualan mendorong konsumen untuk mencari informasi

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat setuju	5	4	4,89	20
Setuju	4	34	41,46	136
Cukup setuju	3	44	53,65	132
Tidak setuju	2	0	0	0
Sangat tidak setuju	1	0	0	0
Total		**82**	**100**	**288**



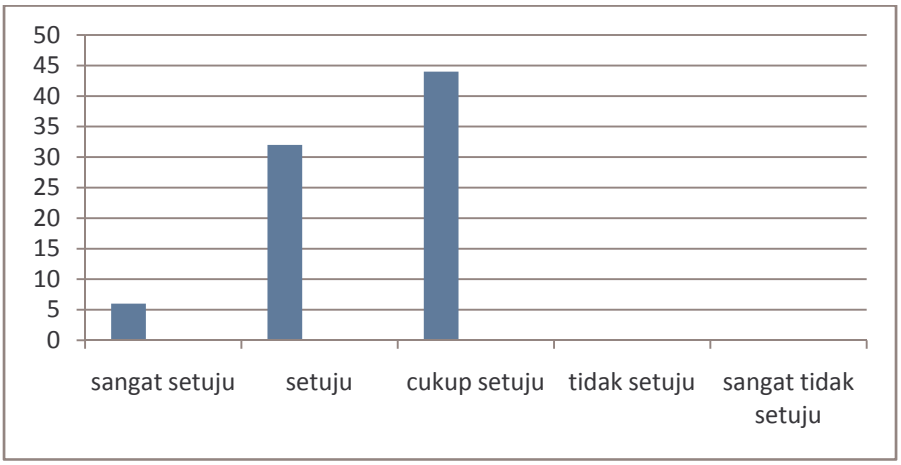
Gambar 4.19

Tabel dan gambar di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pertanyaan “Apakah penataan display toko dan promosi penjualan mendorong konsumen untuk mencari informasi”**.** Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 4 orang (4,89%) menyatakan sangat setuju, 34 orang (41,46%) menyatakan setuju, dan 44 orang (53,65%) menyatakan cukup setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden 44 dari 82 responden menyatakan cukup, bahwa bentuk penataan display toko dan promosi penjualan mendorong konsumen untuk mencari informasi.

Tabel 4.25

Menurut anda penataan display toko dan promosi penjualan membantu konsumen dalam memilih berbelanja

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat setuju	5	6	7,31	30
Setuju	4	32	39.02	128
Cukup setuju	3	44	53,67	132
Tidak setuju	2	0	0	0
Sangat tidak setuju	1	0	0	0
Total		**82**	**100**	**290**



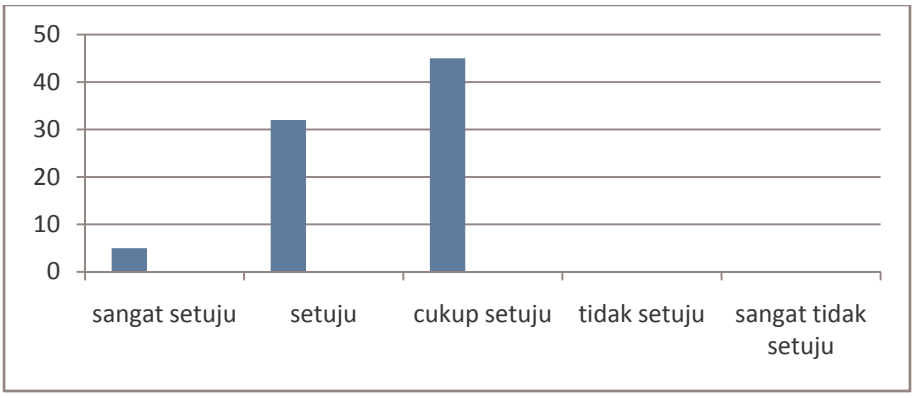
Gambar 4.20

Tabel dan gambar di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pertanyaan "Apakah bentuk pemajangan produk sudah menarik pada distro tersebut"**.** Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 6 orang (7,31) menyatakan sangat setuju, 32 orang (39,02%) menyatakan setuju, dan 44 orang (53,67%) menyatakan cukup setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 44 dari 82 responden menyatakan cukup, bahwa bentuk penataan display toko dan promosi penjualan membantu konsumen dalam memilih berbelanja.

Tabel 4.26

Menurut anda penataan display toko dan promosi penjualan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat setuju	5	5	6,09	25
Setuju	4	32	39,02	128
Cukup setuju	3	45	54,89	135
Tidak setuju	2	0	0	0
Sangat tidak setuju	1	0	0	0
Total		**82**	**100**	**288**



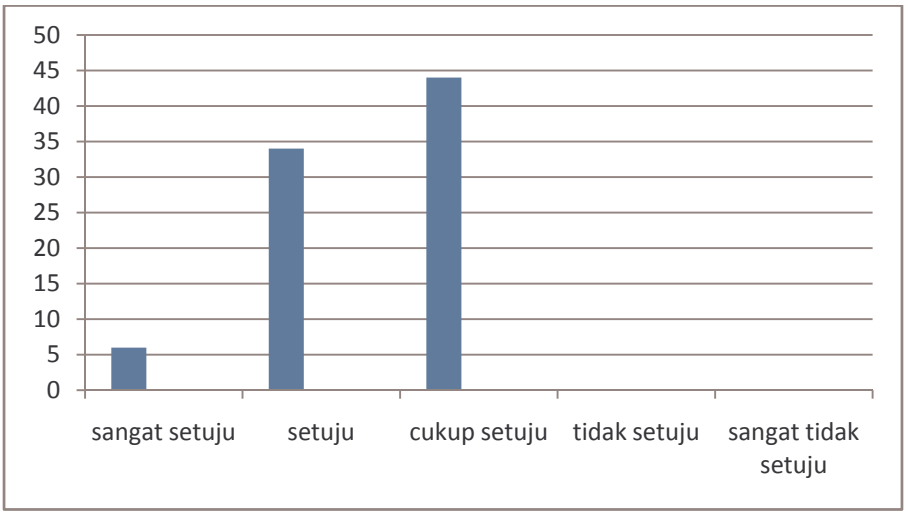
Gambar 4.21

Tabel dan gambar di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan"menurut anda penataan display toko dan promosi penjualan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian"**.** Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 5 orang (6,09%) menyatakan sangat aetuju, 32 orang (39,02%) menyatakan setuju, dan 45 orang (54,89%) menyatakan cukup setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 45 dari 82 responden menyatakan cukup, bahwa bentuk penataan display toko dan promosi penjualan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.

Tabel 4.27

Menurut anda penataan display toko dan promosi penjualan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang pada distro baby bones

Tanggapan	Bobot Skor	f	%	Jumlah Skor
Sangat setuju	5	6	7	30
Setuju	4	34	41	136
Cukup setuju	3	44	52	132
Tidak setuju	2	0	0	0
Sangat tidak setuju	1	0	0	0
Total			**100**	**298**



Gambar 4.22

Tabel dan gambar di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pertanyaan "Apakah bentuk pemajangan produk sudah menarik pada distro tersebut"**.** Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 6 orang (7%) menyatakan sangat setuju, 34 orang (42%) menyatakan setuju, dan 44 orang (52%) menyatakan cukup setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden atau 44 dari 82 responden menyatakan cukup, bahwa bentuk penataan display toko dan promosi penjualan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang pada distro baby bones

Tabel 4.28

Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel keputusan pembelian

No	Pernyataan	Skor	Skor ideal	%
1	Menurut anda apakah display toko dan promosi penjualan mampu menyadarkan keinginan konsumen untuk berbelanja	299	410	72,92
2	Apakah penataan display toko dan promosi penjualan mendorong konsumen untuk mencari informasi	288	410	70,24
3	Menurut anda penataan display toko dan promosi penjualan membantu konsumen dalam memilih untuk berbelanja	290	410	70,73
4	Menurut anda penataan display toko dan promosi penjualan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian	288	410	70,24
5	Menurut anda display toko dan promosi penjualan mempengaruhi konsumen untuk	298	410	72,68

	melakukan pembelian ulang pada distro baby bones			
	Skor total	1463	2050	71,36

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

Menghitung jarak interval untuk 5 pertanyaan dengan 82 responden

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

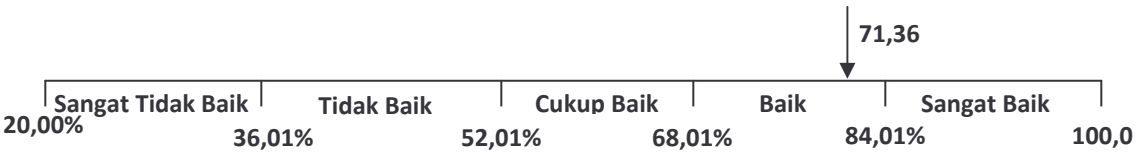
= 5 x 5 x 82

= 2050

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

$$\% \text{ Skor} = \frac{1463}{2050} x100\% = 71{,}36\%$$

Selanjutnya perhitungan dan skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Berdasarkan table di atas, persentasi skor total untuk penerapan harga adalah sebesar 71,36% yang terletak antara rentang 68,00% dan 84,00%. Dengan

demikian, penerapan harga berada pada tingkat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa bentuk keputusan pembelian pada distro baby bones bandug sudah baik.

4.4 Hasil Analisis Verifikatif

4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk melihat pengaruh antara Display toko (X1), dan promosi penjualan (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 = Display toko

X_2 = Promosi penjualan

β_0 = Konstant

Tabel 4.29

Tabel Penolong Untuk Menghitung

Persamaan Regresi Dan Uji Korelasi

N0	x1	x2	y	x1.y	x2.y	x1.x2	x1^2	x2^2	y^2
1	13.00873	13.03238	5	65.04364	65.16192	169.5347	169.227	169.843	25
2	12.3499	12.35299	9.350827	115.4818	115.5107	152.5582	152.52	152.5963	87.43796
3	11.52163	11.52567	10.70611	123.3518	123.3951	132.7945	132.7479	132.8411	114.6208
4	10.7292	10.73608	9.303724	99.82149	99.88553	115.1895	115.1157	115.2634	86.55928
5	12.3499	12.35299	13.33072	164.6331	164.6743	152.5582	152.52	152.5963	177.7082
6	9.862314	9.848551	9.18643	90.59945	90.47303	97.1295	97.26523	96.99396	84.39049
7	13.49495	13.48325	9.20809	124.2627	124.155	181.9558	182.1137	181.798	84.78892
8	17.34079	17.36576	12.13487	210.4283	210.7313	301.1361	300.7032	301.5696	147.2551
9	7.316552	7.322671	6.519679	47.70157	47.74146	53.5767	53.53193	53.62151	42.50622
10	17.8783	17.95557	13.37128	239.0557	240.089	321.015	319.6335	322.4025	178.7912
.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....
82	11.06193	11.06063	7.809488	86.38797	86.37784	122.3519	122.3662	122.3375	60.9881
jml	873.6145	884.9836	725.1433	7879.841	7963.758	10101.99	10010.29	10215.18	6976.128

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpukan sebagai berikut:

n =	82	**$\sum x_2^2$ =**	10215,18
$\sum x_1$ =	873,6145	**$\sum y^2$ =**	6976,128
$\sum x_2$ =	884,9836	**$\sum x_1 y$ =**	7879,841
$\sum y$ =	725,1433	**$\sum x_2 y$ =**	7963,758
$\sum x_1^2$ =	10010,29	**$\sum x_1 x_2$ =**	10101,99

Untuk menentukan nilai koefisien regresi terlebih dahulu menentukan nilai-nilai statistik berikut ke dalam rumus sebagai berikut:

a. $$\sum X_1^2 = \sum X_1^2 - \frac{\left(\sum X_1\right)^2}{n}$$

$$\sum X_1^2 = 10010{,}29 - \frac{(873{,}61)^2}{82}$$

$$\sum X_1^2 = 703{,}04$$

b. $$\sum X_2^2 = \sum X_2^2 - \frac{\left(\sum X_2\right)^2}{n}$$

$$\sum X_2^2 = 10215{,}18 - \frac{(884{,}98)^2}{82}$$

$$\sum X_2^2 = 664.09$$

c. $\sum Y^2 = \sum Y^2 - \frac{\left(\sum Y\right)^2}{n}$

$\sum Y^2 = 6976{,}13 - \frac{(725{,}14)^2}{82}$

$\sum Y^2 = 563{,}59$

d. $\sum X_1 Y = \sum X_1 Y - \frac{\left(\sum X_1\right)\left(\sum Y\right)}{n}$

$\sum X_1 Y = 7879{,}84 - \frac{(873{,}61)(725{,}14)}{82}$

$\sum X_1 Y = 154{,}35$

e. $\sum X_2 Y = \sum X_2 Y - \frac{\left(\sum X_2\right)\left(\sum Y\right)}{n}$

$\sum X_2 Y = 7963{,}75 - \frac{(884{,}98)(725{,}14)}{82}$

$\sum X_2 Y = 137{,}73$

f. $\sum X_1 X_2 = \sum X_1 X_2 - \frac{\left(\sum X_1\right)\left(\sum X_2\right)}{n}$

$\sum X_1 X_2 = 10101{,}99 - \frac{(873{,}61)(884{,}98)}{82}$

$\sum X_1 X_2 = 673{,}60$

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

$$b_1 = \frac{\left(\sum X_2^2\right)\left(\sum X_1 Y\right) - \left(\sum X_1 X_2\right)\left(\sum X_2 Y\right)}{\left(\sum X_1^2\right)\left(\sum X_2^2\right) - \left(\sum X_1 X_2\right)^2}$$

$$b_1 = \frac{(664{,}09)(154{,}35) - (673{,}60)(137{,}73)}{(703{,}04)(664{,}09) - (673{,}60)^2}$$

$$b_1 = \frac{9727{,}36}{13144{,}87}$$

$$b_1 = 0{,}741$$

$$b_2 = \frac{\left(\sum X_1^2\right)\left(\sum X_2 Y\right) - \left(\sum X_1 X_2\right)\left(\sum X_1 Y\right)}{\left(\sum X_1^2\right)\left(\sum X_2^2\right) - \left(\sum X_1 X_2\right)^2}$$

$$b_2 = \frac{(703{,}04)(137{,}73) - (673{,}60)(154{,}35)}{(703{,}04)(664{,}09) - (673{,}60)^2}$$

$$b_2 = \frac{-7140{,}46}{13144{,}87}$$

$$b_2 = -0{,}544$$

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

$$a = \frac{725,14}{82} - 0,741\left(\frac{873,61}{82}\right) - (-0,544)\left(\frac{884,98}{82}\right)$$

$$a = 6,823$$

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

$$\hat{Y} = 6,823 + 0,741\,X_1 + -0,544\,X_2$$

Hasil pengolahan *software SPSS 17.0* untuk analisis regresi berganda disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.30

Koefisien Regresi

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.823	1.129		6.046	.000
	display toko	.741	.579	.827	1.279	.205
	promosi penjualan	-.544	.596	-.590	-.913	.364

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber: Hasil Output SPSS 17.0

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

$$Y = 6,823+0,741x1+-0,544x2$$

Dari persamaan linier berganda diatas dapat dilihat besarnya konstanta adalah 6,823 berarti harga matematis perubahan Keputusan Pembelian (Y) pada saat variabel bebasnya semuanya nol adalah 6,823

Tanda koefisien regresi variabel bebas menunjukkan arah hubungan dari variabel yang bersangkutan dengan variabel tak bebasnya. Koefisien regresi untuk variabel bebas X_1 (display toko) bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara display toko dan Keputusan Pembelian. Koefisien regresi variabel display toko sebesar 0,741mengandung arti untuk setiap pertambahan Penetapan Harga sebesar satu satuan akan menyebabkan bertambahnya Keputusan Pembelian sebesar 0,741

Koefisien regresi untuk variabel bebas X_2 (promosi penjualan) bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara promosi penjualan dan Keputusan Pembelian. Koefisien regresi variabel Promosi penjualan sebesar -0,544 mengandung arti untuk setiap pertambahan Promosi penjualan sebesar satu satuan akan menyebabkan bertambahnya Keputusan Pembelian sebesar -0,544

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 dibawah ini :

Tabel 4.31

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 17.0* maka persamaan hubungan korelasi berganda disajika seperti di bawah ini

Tabel 4.32

ANOVA

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	39.391	2	19.695	2.969	.057[a]
	Residual	524.142	79	6.635		
	Total	563.532	81			

a. Predictors: (Constant), promosi penjualan, display toko

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber: Hasil Output SPSS 17.0

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

$$r_{yz} = \sqrt{\frac{39,391}{563,532}} = \sqrt{0,069} = 0,264$$

Tabel 4.33

Analisis Korelasi Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.264[a]	.070	.046	2.57579

a. Predictors: (Constant), promosi penjualan, display toko

Sumber: Hasil Output SPSS 17.

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,264Koefisien korelasi tersebut bertanda positif, yang berarti terdapat hubungan yang kuat antara display toko (X1), dan promosi penjualan (X2) dengan Keputusan Pembelian (Y).

4.3.1.3 Koefisien Determinasi

Besarnya pengaruh Display toko (X1), dan Promosi Penjualan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dapat ditunjukkan oleh koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

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

= 0,264² x 100%

= 6,96%

Artinya, variabel-variabel display toko (X1), dan promosi penjualan (X2) memberikan pengaruh sebesar 6,96 % terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sedangkan sisanya sebesar 93,04% 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 4.34

Besarnya Korelasi Parsial dan Pengaruh Secara Parsial

Model	Standardized Coefficients Beta	Correlations Zero-order	Besarnya Pengaruh Secara Parsial	Besarnya Pengaruh Secara Parsial (%)
X1	0,827	0,245	0,142	14,2
X2	-0,590	0,225	-0,102	-10,2
Total pengaruh			0,04	4

Sumber : output spss17.0

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Display Toko (X1) secara parsial memberikan pengaruh sebesar 14,2% terhadap terhadap Keputusan Pembelian (Y).
2. Promosi penjualan (X2) secara parsial memberikan pengaruh sebesar -10,2% terhadap terhadap Keputusan Pembelian (Y).

4.4.4 Pengujian Hipotesis

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 $\beta i = 0$ Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara display toko dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen pada distro Baby Bones Bandung.

H_1 : Ada $\beta i \neq 0$ Terdapat pengaruh secara simultan antara penerapan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada distro Baby Bones bandung.

Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F_{hitung} = \frac{JK_{\text{Re}gresi} / k}{JK_{(\text{Re}sidu)} / \{n-(k+1)\}}$$

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 4.35

ANOVA

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	39.391	2	19.695	2.969	.057[a]
	Residual	524.142	79	6.635		
	Total	563.532	81			

a. Predictors: (Constant), promosi penjualan, display took

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber: Hasil Output SPSS 17.0

$$F_{hitung} = \frac{39,391/2}{524,142 /\{82-(2+1)\}} = 2,9685$$

Kriteria Uji :

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

2. H_0 ditolak apabila $F_{hitung} >$ dari F_{tabel}

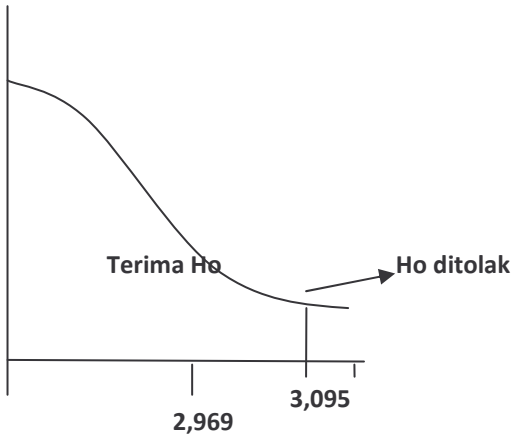
3. Dengan tingkat signifikasi (α) = 0,05

Hasil uji F berdasarkan pengolahan SPSS disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.36

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

F hitung	df	F tabel	Sig	Keterangan	Kesimpulan
2,969	Df1 =2 Df2 = 79	3,095	0,057	H0 diterima	Ada pengaruhnya (signifikan)



Gambar 4.23

Kurva Uji Hipotesis Simultan X_1 dan X_2 terhadap

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 pada bentuk penataan display toko terhadap keputusan pembelian konsumen pada distro Baby Bones Bandung.

$H_1 : \beta_1 \neq 0$ Terdapat pengaruh pada bentuk penataan display toko, berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada distro Baby Bones Bandung.

$Ho : \beta_2 = 0$ Tidak terdapat pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen pada distro Baby Bones Bandung.

$H_1 : \beta_2 \neq 0$ Terdapat pengaruh romosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen pada distro Baby bones Bandung.

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 4.37

UJI T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.823	1.129		6.046	.000
	display toko	.741	.579	.827	1.279	.205
	promosi penjualan	-.544	.596	-.590	-.913	.364

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber: Hasil Output SPSS 17

1. Pengujian hipotesis X1 :

$$t_{hitug} = \frac{0,741}{0,579} = 1,279$$

2. Pengujian hipotesis X2 :

$$t_{hitug} = \frac{-0,544}{0,596} = -0,913$$

Kriteria Uji :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ 0,05 (dk = n-2), maka Ho = ditolak, H_1 diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ 0,05 (dk = n-2), maka Ho = diterima, H_1 ditolak

Dimana :

a. Dengan tingkat signifikasi (α) = 0,05

b. Derajat kebebasan (dk) = n-2

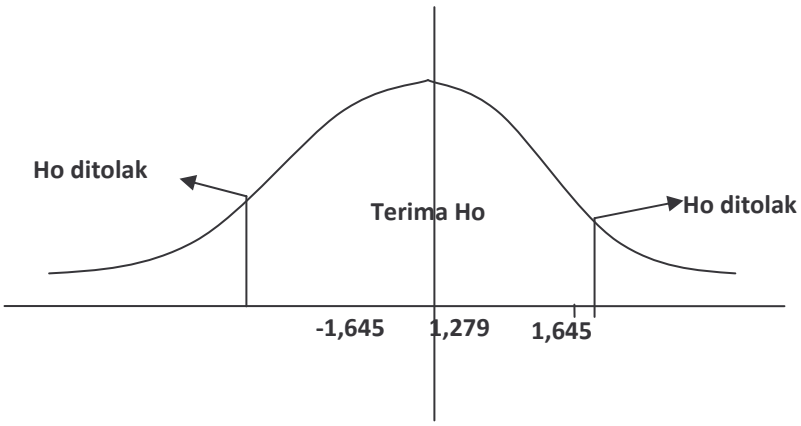
Hasil uji t berdasarkan pengolahan SPSS disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.38

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

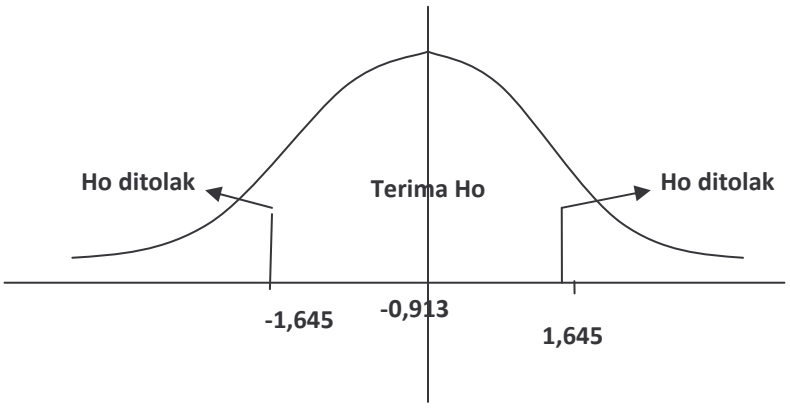
Variabel	t hitung	Df	t tabel	Sig	Keterangan	Kesimpulan
X_1	1,279	79	1,645	0,205	H_0 diterima	Signifikan
X_2	-0,913		1,645	0,364	H_0 diterima	Non Signifikan

Sumber: Hasil Output SPSS 17



Gambar 4.24

Kurva Uji Hipotesis Parsial X_1 terhadap Y



Gambar 4.25

Kurva Uji Hipotesis Parsial X_2 terhadap Y

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Untuk variabel display toko (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar 1,279. Karena t hitung < t tabel (1,645) maka Ho diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penataan display toko (X1) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).
2. Untuk variabel promosi penjualan (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar -0,913. Karena t hitung < t tabel (1,645) maka Ho diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan (X2) secara parsial memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).