

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

Berkah merupakan toserba yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari bagi konsumen. Toko ini berada di Jl. Raya Bangsri-Jepara no. 23, kecamatan Bangsri kabupaten Jepara. Toserba yang merupakan salah satu toko dengan konsep minimarket pertama di Bangsri ini menjual ratusan jenis produk makanan dan non-makanan yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari.

Toserba Berkah didirikan oleh ibu Hj. Lilik dan bapak H. Nor pada tahun 2002. Tepatnya pada tanggal 14 juli 2002. Karena perkembangannya, toserba Berkah juga akhirnya membuat cabang baru yang tak jauh dari toko pertamanya pada tahun 2005. Toserba Berkah memiliki dua lantai dengan luas kurang lebih 12x20 M². Lantai pertama diisi dengan berbagai macam produk makanan dan non-makanan. Sedangkan di bagian lantai dua diisi dengan berbagai jenis pakaian. Toko ini memiliki lebih dari 25 karyawan, dimana terdapat duadan hanya menggunakan satu *shift* selama satu hari.

a. Letak Geografis

Toserba terletak di kecamatan Bangsri kabupaten Jepara. Wilayah kecamatan Bangsri dibatasi sebelah utara oleh Laut Jawa, sebelah selatan gunung muria, sebelah timur Kecamatan Kembang dan sebelah barat Kecamatan Mlonggo dan Pakis Adji. Bangsri merupakan pusat pembangunan di Jepara bagian utara. Di Bangsri, sarana ekonomi sangat memadai dengan jalan bagus, Pasar Bangsri yang Besar di lengkapi dengan Terminal Bangsri.

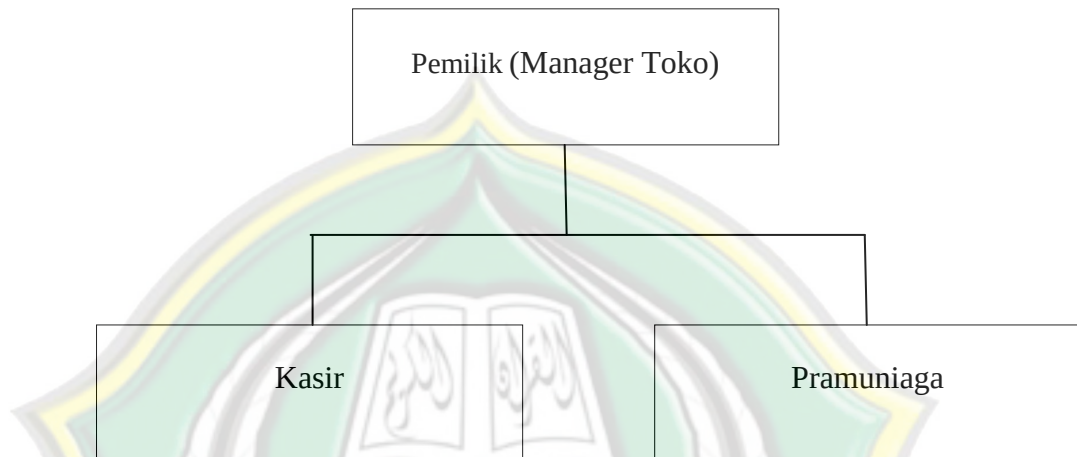
b. Ruang Lingkup Bidang Usaha

Toserba Berkah adalah perusahaan yang bergerak dalam bisnis retail yang menyediakan barang kebutuhan sehari-hari. Barang yang disediakan yaitu makanan, minuman, obat-obatan, sembako, alat tulis,

perlengkapan mandi, keperluan bayi, parfum, kosmetik, aksesoris, pakaian, kerudung, tas, sandal, sepatu dan lain-lain.

c. Struktur Organisasi

Gambar 4.1
Stuktur Organisasi



Deskripsi Jabatan

1) Pemilik (Manajer Toko)

Tugas pemilik sekaligus manajer toko disini adalah untuk mengawasi kegiatan operasional toko dan bertanggung jawab atas segala hal yang berkaitan dengan operasionalnya. Termasuk di dalamnya penanganan inventory, persediaan barang dagangan, pemeliharaan aset dan sebagainya.

2) Kasir

Tugas kasir adalah melayani dalam pembelian suatu barang terutama dalam pembayaran. Adapun tugas kasir di dalamnya meliputi proses penjualan dan pembayaran, melakukan pencatatan atas semua transaksi, membantu pelanggan dalam memberikan informasi mengenai suatu produk, melakukan proses transaksi pelayanan jual beli serta melakukan pembungkusan, melakukan pengecekan atas jumlah barang pada saat penerimaan barang, melakukan pencatatan kas fisik serta melakukan pelaporan kepada atasan, melakukan pengecekan atas stok bulanan.

3) Pramuniaga

Tugas pramuniaga adalah mengelola barang dagangan di area penjualan. Adapun tugas pramuniaga meliputi pengecekan barang dagangan di dalam toko maupun gudang, memberikan informasi kepada konsumen mengenai suatu produk, melayani konsumen selama berada di dalam toko, bertanggung jawab atas kebersihan toko dan lain sebagainya.

B. Gambaran Umum Responden

Diskripsi responden disajikan dalam penelitian ini guna untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Penyajian data deskriptif penelitian ini bertujuan agar dapat dilihat profil dari data penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang cara pengambilan informasi atau data-data yang dibutuhkan peneliti mengenai tanggapan responden adalah dengan menggunakan angket. Untuk penyebaran kuesionernya dilakukan dengan cara peneliti langsung mendatangi konsumen yang membeli di toserba Berkah Bangsri Jepara dan menyerahkan kuesioner yang ada untuk diisi responden, hal ini dimaksudkan agar lebih efektif untuk meningkatkan *respon rate* responden dalam penelitian ini, dengan mengambil sampel sebanyak 155 responden sebagai syarat dalam pemenuhan sampel yang dapat mewakili populasi. Dalam penelitian ini yang dijadikan karakteristik responden tersebut antara lain:

1. Umur

Adapun data mengenai umur responden dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi empat kategori, yaitu dari umur 21 s/d 30 th, 31 s/d 40 th, 41 s/d 50 th. Data yang diperoleh dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No.	Umur	Responden	Persentase (%)
1	21 s/d 30 th	59	38,1 %
2	31 s/d 40 th	63	40,6%
3	41 s/d 50 th	33	21,3%
Total		155	100 %

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa usia dari responden yang dijadikan sampel dalam penelitian adalah dari usia 21 s/d 30 th sebanyak 59 orang atau 38,1%, usia 31 s/d 40 th sebanyak 63 orang atau 40,6% dan usia 41 s/d 50 th sebanyak 33 orang atau 21,3%. Hal ini yang menunjukkan bahwa sebagian besar usia responden adalah antara 31 sampai dengan 40 tahun.

2. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin

No.	Jenis Kelamin	Responden	Persentase (%)
1	Laki-laki	53	34,2%
2	Perempuan	102	65,8%
Total		155	100 %

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden laki-laki yaitu 53 orang dengan persentase 34,2% dan sisanya perempuan sebanyak 102 orang atau 65,8%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang diambil dalam penelitian ini adalah perempuan.

3. pendapatan

Adapun data mengenai pendapatan responden dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi tiga kategori yaitu <Rp 1.000.000, Rp1.000.000

s/d Rp 2.000.000 dan >Rp 2.000.000. Data yang diperoleh dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Modal Usaha	Responden	Persentase (%)
1	<Rp 1.000.000	54	34,8%
2	Rp 1.000.000-Rp 2.000.000	83	53,5 %
3	>Rp 2.000.000	18	11,7 %
Total		155	100 %

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa modal usaha dari responden yang dijadikan sampel dalam penelitian adalah <Rp 1.000.000 sebanyak 54 orang atau 34,8%, Rp 1.000.000 s/d Rp 2.000.000 sebanyak 83 orang atau 53,5% dan >Rp 2.000.000 sebanyak 18 orang atau 11,7%. Hal ini yang menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan konsumen yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah antara Rp 1.000.000 s/d Rp.2.000.000.

C. Deskripsi Hasil Data Penelitian

Hasil dari masing-masing jawaban responden tentang pengaruh diskon harga, varian produk dan citra toko terhadap minat beli konsumen di toerba Berkah Bangsri Jepara adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Penelitian

Variabel	Item	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
Diskon harga (X1)	1	-	-	4	2,6	68	43,9	76	49,0	7	4,5
	2	-	-	40	25,8	96	61,9	18	11,6	1	0,6
	3	-	-	-	-	34	21,9	91	58,7	30	19,4
	4	-	-	2	1,3	61	39,4	87	56,1	5	3,2
Varian	1	31	20,0	90	58,1	34	21,9	-	-	-	-

Produk (X2)	2	2	1,3	62	40,0	90	58,1	1	0,6	-	
	3	-	-	39	25,2	102	65,8	14	9,0	-	-
	4	-	-	4	2,6	71	45,8	75	48,4	5	3,2
	5	-	-	24	15,5	102	65,8	29	18,7	-	-
Citra Toko (X3)	1	4	2,6	15	9,7	85	54,8	51	32,9	-	-
	2	17	11,0	100	64,5	38	24,5	-	-	-	-
	3	-	-	16	10,3	100	64,5	39	25,2	-	-
	4	-	-	46	29,7	93	60,0	12	7,7	4	2,6
	5	-	-	38	24,5	104	67,1	11	7,1	2	1,3
	6	14	9,0	55	35,5	75	48,4	11	7,1	-	-
Minat Beli (Y)	1	1	0,6	28	18,1	86	55,5	40	25,8	-	-
	2	5	3,2	77	49,7	67	43,2	6	3,9	-	-
	3	-	-	9	5,8	71	45,8	73	47,1	2	1,3
	4	1	0,6	13	8,4	63	40,6	72	46,5	6	3,9

Sumber: Hasil SPSS

1. Diskon (X1)

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai diskon harga, responden menjawab sangat setuju sebesar (0%), setuju (2,6%), netral (43,9%), tidak setuju (49,0%), dan sangat tidak setuju (4,5%). Pada pertanyaan kedua responden menjawab sangat setuju sebesar (0%), setuju (25,8%), netral (61,9%), tidak setuju (11,6%) dan sangat tidak setuju (0,6%). Pertanyaan ketiga responden menjawab sangat setuju sebesar (0%), setuju (0%), netral (21,9%), tidak setuju (58,7%) dan sangat tidak setuju (19,4%). Pertanyaan keempat responden menjawab sangat setuju sebesar (0%), setuju (1,3%), netral (39,4%), tidak setuju (56,1%) dan sangat tidak setuju (3,2%).

2. Varian Produk (X2)

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai varian produk, responden menjawab sangat setuju sebanyak (20,0%), setuju (58,1%), netral (21,9%), tidak setuju (0%), dan sangat tidak setuju (0%).

Pada pertanyaan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak (1,3%), setuju (40,0%), netral (58,1%), tidak setuju (0,6%) dan sangat tidak setuju (0%). Pertanyaan ketiga responden menjawab sangat setuju sebesar (0%), setuju (25,2%), netral (65,8%), tidak setuju (65,8%) dan sangat tidak setuju (0%). Pertanyaan keempat responden menjawab sangat setuju sebesar (0%), setuju (2,6%), netral (45,8%), tidak setuju (48,4%) dan sangat tidak setuju (3,2%). Kemudian pada pertanyaan kelima responden menjawab sangat setuju sebanyak (0%), setuju (15,5%), netral (65,8%), tidak setuju (18,7%) dan sangat tidak setuju (0%).

3. Citra Toko (X3)

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai citra toko, responden menjawab sangat setuju sebanyak (2,6%), setuju (9,7%), netral (54,8%), tidak setuju (32,9%), dan sangat tidak setuju (0%). Pada pertanyaan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak (11,0%), setuju (64,5%), netral (24,5%), tidak setuju (0%) dan sangat tidak setuju (0%). Pertanyaan ketiga responden menjawab sangat setuju sebesar (0%), setuju (10,3%), netral (64,5%), tidak setuju (25,2%) dan sangat tidak setuju (0%). Pada pertanyaan keempat responden menjawab sangat setuju sebesar (0%), setuju (29,7%), netral (60,0%), tidak setuju (7,7%) dan sangat tidak setuju (2,6%). Pada pertanyaan kelima responden menjawab sangat setuju sebesar (0%), setuju (24,5%), netral (67,1%), tidak setuju (7,1%) dan sangat tidak setuju (1,3%). Kemudian pada pertanyaan keenam responden menjawab sangat setuju sebesar (9,0%), setuju (35,5%), netral (48,4%), tidak setuju (7,1%) dan sangat tidak setuju (0%).

4. Minat Beli (Y)

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai minat beli (Y) responden menjawab sangat setuju sebanyak (0,6%), setuju (18,1%), netral (55,5%), tidak setuju (25,8%), dan sangat tidak setuju (0%). Pada pertanyaan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak (3,2%),

setuju (49,7%), netral (43,2%), tidak setuju (3,9%) dan sangat tidak setuju (0%). Pada pertanyaan ketiga responden menjawab sangat setuju sebanyak (0%), setuju (5,8%), netral (45,8%), tidak setuju (47,1%) dan sangat tidak setuju (1,3%). Kemudian pada pertanyaan ketiga responden menjawab sangat setuju sebesar (0,6%), setuju (8,4%), netral (40,6%), tidak setuju (46,5%) dan sangat tidak setuju (3,9%).

D. Hasil Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antar skor atau butir pertanyaan dengan skor konstruk atau variabel. Hal ini dapat dilakukan dengan uji signifikansi dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Untuk *degree of freedom* (df) = n-k. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini, besarnya df dapat dihitung 30-3 atau df=27 dengan alpha 0,05 didapat r_{tabel} 0,381. Apabila r_{hitung} (untuk tiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Untuk menguji validitas instrumen, penulis menggunakan analisis dengan SPSS 16.0. Berikut ini hasil pengujian validitas berdasarkan *pilot test* (non responden) sebesar 30 orang.

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i> (r hitung)	r tabel	Keterangan
Diskon (X1)	P1	0,619	0,381	Valid
	P2	0,649	0,381	Valid
	P3	0,619	0,381	Valid
	P4	0,545	0,381	Valid
Varian Produk (X2)	P5	0,416	0,381	Valid
	P6	0,509	0,381	Valid
	P7	0,554	0,381	Valid
	P8	0,444	0,381	Valid

	P9	0,436	0,381	<i>Valid</i>
Citra Toko (X3)	P10	0,604	0,381	<i>Valid</i>
	P11	0,605	0,381	<i>Valid</i>
	P12	0,527	0,381	<i>Valid</i>
	P13	0,533	0,381	<i>Valid</i>
	P14	0,456	0,381	<i>Valid</i>
	P15	0,558	0,381	<i>Valid</i>
Minat Beli (Y)	P16	0,643	0,381	<i>Valid</i>
	P17	0,846	0,381	<i>Valid</i>
	P18	0,750	0,381	<i>Valid</i>
	P19	0,743	0,381	<i>Valid</i>

Sumber: Hasil SPSS

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing item memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,381) dan bernilai positif. Dengan demikian butir atau pertanyaan tersebut dikatakan *valid*.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, suatu kuesioner dikatakan reliable jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau hasil stabil dari waktu ke waktu.

Untuk menguji reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis SPSS 16.0. Berikut ini hasil pengujian reliabilitas instrumen berdasarkan *pilot test* (non responden) sebanyak 30 orang.

Tabel 4.6

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Coeffiens	Alpha	Keterangan
Diskon (X1)	4 item	0,789	<i>Reliabel</i>
Varian Produk (X2)	5 item	0,709	<i>Reliabel</i>
Citra Toko (X3)	6 item	0,788	<i>Reliabel</i>
Minat Beli (Y)	4 item	0,877	<i>Reliabel</i>

Sumber: Hasil SPSS

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *cronbach alpha* > 0,60. Dengan demikian, semua variabel (X1, X2, X3 dan Y) dapat dikatakan *reliabel*.

E. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Cara yang dipakai untuk mendeteksi gejala multikolinieritas adalah dengan melihat VIF (*variance inflation factor*), jika nilai VIF kurang dari angka 10, maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil perhitungannya dapat dilihat dari tabel sebagai berikut.

Tabel 4.7

Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Diskon (X1)	0.996	1,004
Varian Produk (X2)	0.996	1,004
Citra Toko (X3)	1,000	1,000

Sumber: Hasil SPSS

Dari hasil pengujian multikolinieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *tolerance* variabel diskon, varian produk dan citra toko masing-masing sebesar 0,996, 0,996, 1,000 dan VIF masing-masing 1,004, 1,004 dan 1,000. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki *tolerance* kurang dari 10% dan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

2. Hasil Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya)

jika terjadi korelasi maka terdapat problem autokorelasi. Untuk mengetahui apakah model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan Durbin Waston.

Tabel 4.8

Hasil Uji Autokorelasi

Koefisien	Nilai
Durbin-Waston	2,196
Dl	1,693
Du	1,774

Sumber: Hasil SPSS

Hasil pengujian dengan menggunakan uji Durbin-Watson atas residual persamaan regresi diperoleh angka d-hitung sebesar 2,196 untuk menguji gejala autokorelasi maka angka d-hitung sebesar 2,196 tersebut dibandingkan dengan nilai d-teoritis dalam t tabel d-statistik. Dari tabel d-statistik Durbin Watson dengan titik signifikansi $\alpha = 5\%$ dan jumlah data (n) = 155 dan $k = 3$ diperoleh nilai dl sebesar 1,693, du sebesar 1,774. Karena DW 2,196 lebih besar dari batas atas (du) 1,774, maka dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi positif pada model regresi.

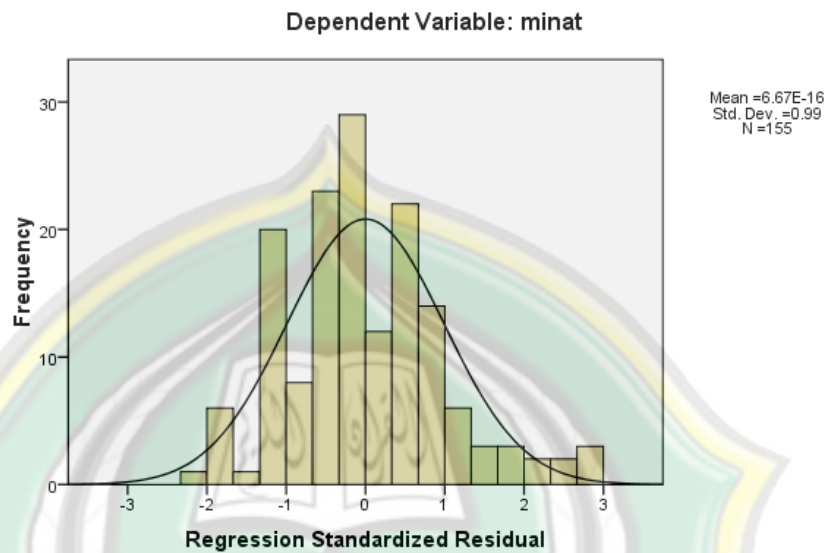
3. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

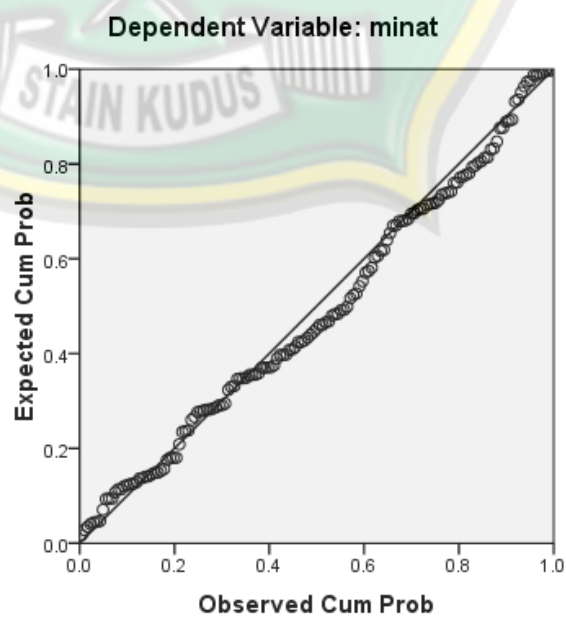
Berdasarkan hasil uji normalitas grafik histogram, residual data telah menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna. Selain dengan menggunakan histogram, kita juga bisa melihat uji normalitas dengan menggunakan grafik normal *P-P Plot* berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan grafik *P-P Plot*, terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah

garis diagonal. Dengan demikian, data yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik dan dapat dikatakan data terdistribusi normal.

Histogram

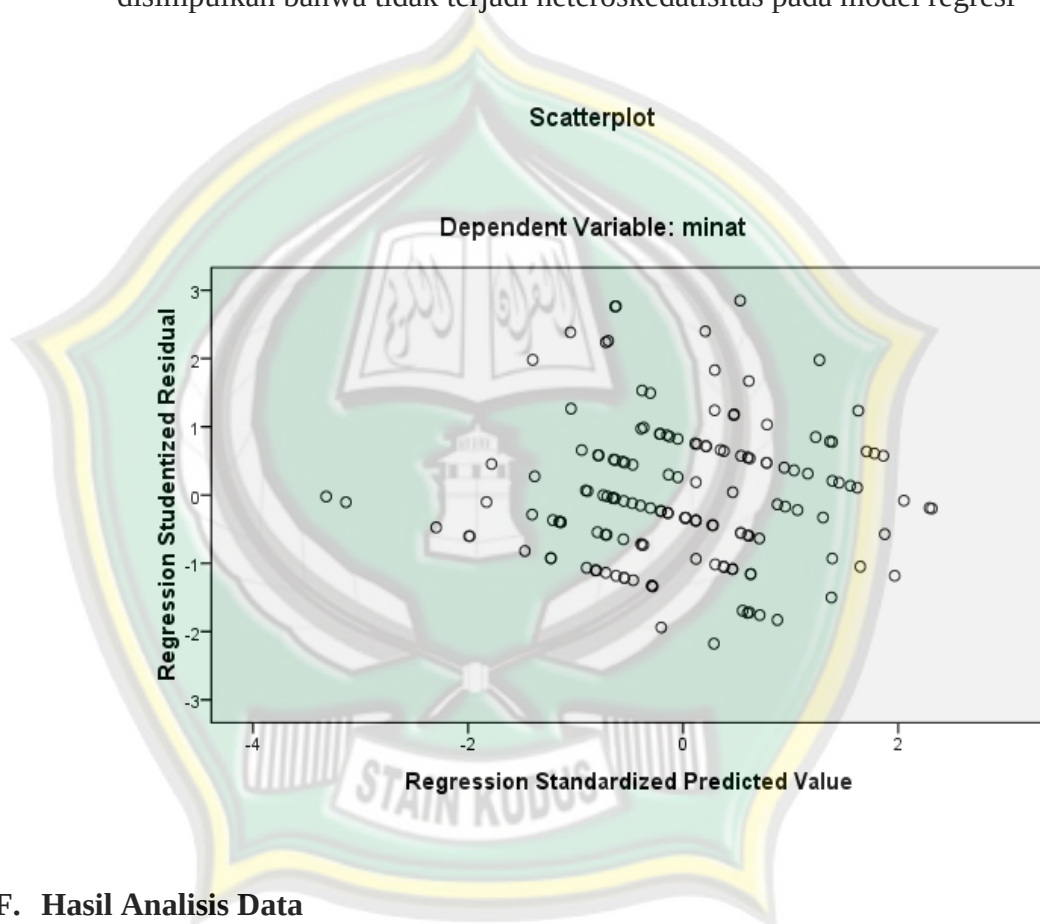


Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



4. Hasil Uji Heteroskedatisitas

Uji heteroskedatisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Berdasarkan grafik *scatterplot* di bawah ini menunjukkan bahwa ada pola yang tidak jelas, serta ada titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedatisitas pada model regresi



F. Hasil Analisis Data

1. Analisis Linear Berganda

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara diskon harga, varian produk dan citra toko terhadap minat beli konsumen di Toserba Berkah Bangsri Jepara. Dari estimasi diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Regresi Linear Berganda

Keterangan	Nilai Koefisien	Sig.
Konstanta	2,791	0,113
Diskon Harga (X1)	0,317	0,000
Varian Produk (X2)	0,195	0,005
Citra Toko (X3)	0,129	0,019

Sumber: Hasil SPSS

Dari hasil diatas, maka bentuk persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 2,791 + 0,317X_1 + 0,195X_2 + 0,129X_3 + e$$

Keterangan:

Y : minat beli

a : Konstanta

b₁ : Koefisien regresi diskon harga

b₂ : Koefisien regresi varian produk

b₃ : Koefisien regresi citra toko

X₁ : diskon harga

X₂ : varian produk

X₃ : citra toko

e : Standar eror

Dapat diinterprestaikan sebagai berikut:

- Konstanta a = 2,791 memberikan arti bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka rata-rata kesadaran minat beli konsumen(Y) sebesar 2,791
- Nilai koefisien regresi diskon sebesar 0,317. Hal ini berarti bahwa setiap penambahan satu diskon (X₁), maka akan meningkatkan minat beli konsumen (Y) sebesar 0,317.

- c. Nilai koefisien regresi varian produk (X_2) sebesar 0,195. Hal ini berarti bahwa setiap penambahan satu varian produk (X_2), maka akan meningkatkan minat beli konsumen (Y) sebesar 0,195.
- d. Nilai koefisien regresi citra toko (X_3) sebesar 0,129. Hal ini berarti bahwa setiap penambahan satu citra toko (X_3), maka akan meningkatkan minat beli konsumen (Y) sebesar 0,129.

2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel dependen atau terikat (Y) minat beli konsumen, selanjutnya variabel independen atau bebas adalah diskon harga (X_1), varian produk (X_2) dan citra toko (X_3). Hasil analisis dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10

Hasil Koefisien Determinasi

Koefisien	Nilai
R	0,157
Adjusted R Square	0,140

Sumber: Hasil SPSS

Dari hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat bahwa besarnya *Adjusted R Square* 0,140, hal ini berarti 14,0% variasi minat beli dapat dijelaskan oleh variasi ketiga variabel independen, diskon, varian produk, citra toko dan sisanya ($100\% - 14,0\% = 86,0\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain. *Standart Error of Estimate* (SEE) sebesar 1,787 semakin kecil SEE akan membuat model regresi semakin tepat memprediksi variabel dependen.

3. Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji signifikansi parameter individual ini yang terdapat dalam hasil perhitungan statistik ditunjukkan dengan t_{hitung} . Tabel distribusi t dicari pada derajat kebebasan (df) $n-k-1$. (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen). Sehingga t_{tabel} diperoleh $df = (155 - 3 - 1)$ dengan signifikansi 5% adalah 1,975. Secara lebih rinci hasil t hitung dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.11
Koefisien Regresi

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Interprestasi
diskon harga (X1)	3,984	1,975	0,000	Berpengaruh dan signifikan
Varian produk(X2)	2,819	1,975	0,005	Berpengaruh dan signifikan
Citra toko (X3)	2,371	1,975	0,019	Berpengaruh dan signifikan

Sumber: Hasil SPSS

- Pengaruh diskon harga terhadap minat beli konsumen di Toserba Berkah Bangsri

Hasil pengujian statistik diskon terhadap minat beli konsumen di toserba Berkah Bangsri menunjukkan nilai t_{hitung} 3,984 dengan nilai t_{tabel} 1,975 dan p value sebesar 0,000 yang berada dibawah 5% tingkat signifikansi. Dari hasil yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,984 > 1,975$) yang artinya diskon merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen di toserba Berkah Bangsri.

- Pengaruh varian poduk terhadap minat beli konsumen di Toserba Berkah Bangsri Jepara

Hasil pengujian statistik varian produk terhadap minat beli konsumen di toserba Berkah Bangsri Jepara menunjukkan nilai t_{hitung}

2,819 dengan nilai t_{tabel} 1,975 dan p value sebesar 0,005 yang berada dibawah 5% tingkat signifikansi. Dari hasil yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,819 > 1,975$) yang artinya varian produk merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen di toserba Berkah Bangsri Jepara.

c. Pengaruh citra toko terhadap minat beli konsumen di Toserba Berkah Bangsri Jepara

Hasil pengujian statistik citra toko terhadap minat beli konsumen di toserba Berkah Bangsri Jepara menunjukkan nilai t_{hitung} 2,371 dengan nilai t_{tabel} 1,975 dan p value sebesar 0,019 yang berada dibawah 5% tingkat signifikansi. Dari hasil yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,371 > 1,975$) yang artinya citra toko merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen di toserba Berkah Bangsri Jepara.

4. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap nilai variabel dependen (Y). Seperti “terdapat pengaruh bersama-sama antara faktor diskon harga, varian produk dan citra toko terhadap minat beli konsumen di toserba Berkah Bangsri Jepara”. Dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.12

Uji Statistik F

Model	F hitung	F tabel	Sig.
1	9,389	2,66	0,000 ^a

Sumber: Hasil SPSS

Dari hasil uji anova atau F test, didapat F hitung sebesar 9,389 dengan F tabel sebesar 2,66 ini berarti nilai F hitung lebih besar daripada F tabel ($9,389 > 2,66$) dengan tingkat probabilitas 0,000

(signifikansi). Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat beli konsumen atau dapat dikatakan bahwa diskon harga, varian produk dan citra toko secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen di toserba Berkah Bangsri Jepara.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil koefisien regresi dikatakan besarnya parameter koefisien regresi untuk masing-masing variabel bebas yaitu untuk variabel diskon harga (X_1) sebesar 0,317, variabel varian produk (X_2) sebesar 0,195, dan variabel citra toko (X_3) sebesar 0,129

Dari persamaan regresi terlihat bahwa parameter koefisien regresinya untuk variabel diskon harga (X_1), variabel varian produk (X_2), dan variabel citra toko (X_3) adalah positif terhadap minat beli konsumen (Y). Dengan demikian setiap terjadi peningkatan variabel diskon harga (X_1), variabel varian produk (X_2), dan variabel citra toko (X_3) maka variabel minat beli konsumen (Y) akan mengalami peningkatan. Hal ini karena terdapat pengaruh secara simultan antara variabel diskon harga, varian produk dan citra toko terhadap minat beli konsumen di toserba Berkah.

Dalam penelitian ini hasil analisis regresi linier berganda (*linier multiple regresion*) dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*cofficient of determination*) yang dinotasikan dengan *Adjusted R Square* besarnya 0,140, hal ini berarti berarti 14,0% variasi minat beli konsumen dapat dijelaskan oleh variasi ketiga variabel independen, diskon harga, varian produk dan citra toko dan sisanya ($100\% - 14,0\% = 86,0\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain yang belum diteliti oleh penulis dan tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Hipotesis pertama menyatakan bahwa variabel diskon harga (X_1) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil hipotesis yang ternyata nilai t_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($3,984 > 1,975$). Sehingga hipotesis

pertama diterima, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara diskon harga terhadap minat beli konsumen di Toserba Berkah Bangsri Jepara.

Dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan karena juga didukung oleh penelitian terdahulu, yakni oleh Marchelyno Sundalangi, Silvy L. Mandey dan Rotinsulu Jopie Jorie “Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Pizza Hut* Manado”, bahwasanya pada nilai signifikansi uji t statistik, nilai potongan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen *Pizza Hut*. Namun, pada obyek yang berbeda yakni pada konsumen Toserba Berkah Bangsri Jepara hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa diskon harga atau potongan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Hipotesis kedua menyatakan bahwa variabel varian produk mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil hipotesis yang ternyata nilai t_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($2,819 > 1,975$). Sehingga hipotesis kedua diterima, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara varian produk terhadap minat beli konsumen di Toserba Berkah Bangsri Jepara.

Dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan karena juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Annisa Eka Sari, dkk “Effect of Price, Product of Variation and Location of Buying Decisions in Minimarket Indomaret Jl Timoho Tembalang Semarang” dapat disimpulkan bahwa variasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Minimarket Indomaret Jl Timoho Tembalang Semarang. Namun, pada obyek yang berbeda yakni pada konsumen di Toserba Berkah Bangsri Jepara hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwasanya varian produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa variabel citra toko mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil hipotesis yang ternyata nilai t_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($2,371 > 1,975$). Sehingga hipotesis

ketiga diterima, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara citra toko terhadap minat beli konsumen di Toserba Berkah Bangsri Jepara.

Dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan karena juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tommy soebagyo dan Hartono Subagyo “Analisa Pengaruh *Store Image* Terhadap *Purchase Intention* Di Toserba Ramai Ngawi” dapat disimpulkan bahwa variabel citra toko berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian . Namun, pada obyek yang berbeda yakni konsumen di Toserba Berkah Bangsri Jepara, hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwasanya citra toko berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Dalam penelitian ini hasil dari uji statistik F (uji parameter signifikansi simultan) dapat diketahui bahwa diskon harga, varian produk dan citra toko secara bersama-sama berpengaruh terhadap intensi pengambilan pembiayaan pengusaha mikro. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji anova atau F test, didapat F hitung sebesar 9,389 dengan F tabel 2,66 ini berarti F hitung lebih besar daripada F tabel ($9,389 > 2,66$) dengan tingkat probabilitas 0,000 (signifikansi). Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat beli konsumen atau dapat dikatakan bahwa diskon harga, varian produk dan citra toko secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Toserba Berkah Bangsri Jepara.

Hasil penelitian ini memberikan bukti empirik bahwa diskon harga, varian produk dan citra toko yang dimiliki oleh Toserba Berkah Bangsri Jepara dapat memberikan dorongan kepada konsumen untuk melakukan pembelian. Artinya bahwa diskon yang diberikan, varian dari produk-produk yang disediakan dan citra toko yang dimiliki oleh Toserba Berkah dapat mempengaruhi minat beli konsumen karena dengan adanya diskon harga, varian produk dan citra toko, konsumen tertarik untuk membeli di Toserba Berkah. Minat dari konsumen dalam melakukan pembelian di Toserba Berkah dapat dijadikan dasar bagi pemilik toko bahwa produk yang disediakan oleh toserba telah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan

konsumen. Namun dalam pengaruhnya, persentase variasi ketiga variabel dalam menjelaskan minat beli di Toserba Berkah sangatlah rendah. Sehingga, pemilik toko harus lebih aktif dan inovatif dalam memasarkan dan menawarkan produk-produk yang disediakan di toserba Berkah.

