

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

##### 1. Sejarah Berdirinya Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara

Berawal dari keinginan Bapak Mas'adi untuk berdikari, pada tahun 1999 beliau memutuskan untuk keluar dari pekerjaan yang selama ini telah beliau jalani yaitu sebagai karyawan di perusahaan TOSHIBA di Jakarta. Keinginan tersebut dibuktikan beliau dengan mendirikan usaha sendiri berupa bengkel yang memberikan layanan atau jasa service peralatan elektronik yang berada di depan rumah, tepatnya di desa Bandung Rejo RT 04 RW 03 Kalinyamat Jepara pada awal tahun 2000.

Memang awalnya bengkel yang didirikan itu hanya melayani jasa service peralatan elektronik, namun berlatar belakang dari keinginan untuk dapat memenuhi kebutuhan dari masyarakat sekitar membuat beliau menambahkan beberapa barang dagangan seperti alat tulis, barang kebutuhan rumah tangga, dan barang-barang yang lain. Jadi dari bengkel itulah yang menjadi cikal bakal berdirinya Minimarket Adijaya.

Sambutan dari masyarakat dinilai cukup bagus, sehingga perlahan namun pasti Minimarket Adijaya yang saat itu masih kecil sedianya semakin hari semakin berkembang dan beliau mulai merekrut karyawan. Sadar akan tujuan utama dari Minimarket Adijaya adalah kepuasan pelanggan, maka perkembangan tersebut dibarengi pula dengan beberapa pembenahan baik dari segi pelayan maupun sistem operasional toko yang digunakan. Dulu sistem transaksi di Minimarket Adijaya hanya menggunakan sistem manual lalu diubah menggunakan sistem komputerisasi yang tentunya semakin menunjang bagi kegiatan operasional toko.

Tidak berhenti di situ, eksistensi Minimarket Adijaya di tengah masyarakat dibuktikan pula dengan mulai dibukanya cabang-cabang

Minimarket Adijaya di beberapa tempat. Hal tersebut pastinya juga karena dukungan dan loyalitas dari para pelanggan setia Adijaya. Kini Minimarket Adijaya telah memiliki beberapa cabang yang diantaranya yaitu:

- a. Adijaya kosmetik yang bertempat di depan pasar Kalinyamat yang merupakan cabang pertama
- b. Adijaya Welahan yang dibuka pada tahun 2010 dan beralamat di desa Kedungsari Mulyo Welahan
- c. Adijaya Baby & Kids yang bertempat persis di sebelah tempat tinggal Owner Adijaya
- d. Adijaya Mayong yang mulai dibuka pada tahun 2014 yang beralamat di Jl. Mayong- Welahan.<sup>1</sup>

## **2. Visi, Misi Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara**

- a. Visi  
Fokus pada tanggung jawab, melayani sepenuh hati, dan berbudi perkerti
- b. Misi
  - 1) Mewujudkan Minimarket Adijaya menjadi toko grosir dan retail yang selalu mengalami pertumbuhan
  - 2) Memberikan pelayanan yang ramah, ikhlas, dan member solusi pada pelanggan
  - 3) Selau menjadi tujuan utama kebutuhan belanja pelanggan
  - 4) Mengutamakan kepuasan pelanggan
  - 5) Menjaga etika sebagai pribadi dan perusahaan yang santun
- c. Tagline

Sebagai perusahaan yang sedang berkembang, Minimarket Adijaya memiliki tagline “SEMAKIN DEKAT DENGAN PELANGGAN”. Merupakan salah satu bentuk pembuktian terhadap

---

<sup>1</sup> Dokumentasi, Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara, Dikutip Tanggal 05 Februari 2017, Pada Pukul 15.00.

komitmen Minimarket Adijaya selama ini yang selalu mengutamakan kepuasan bagi setiap pelanggannya.

### 3. Letak Geografis

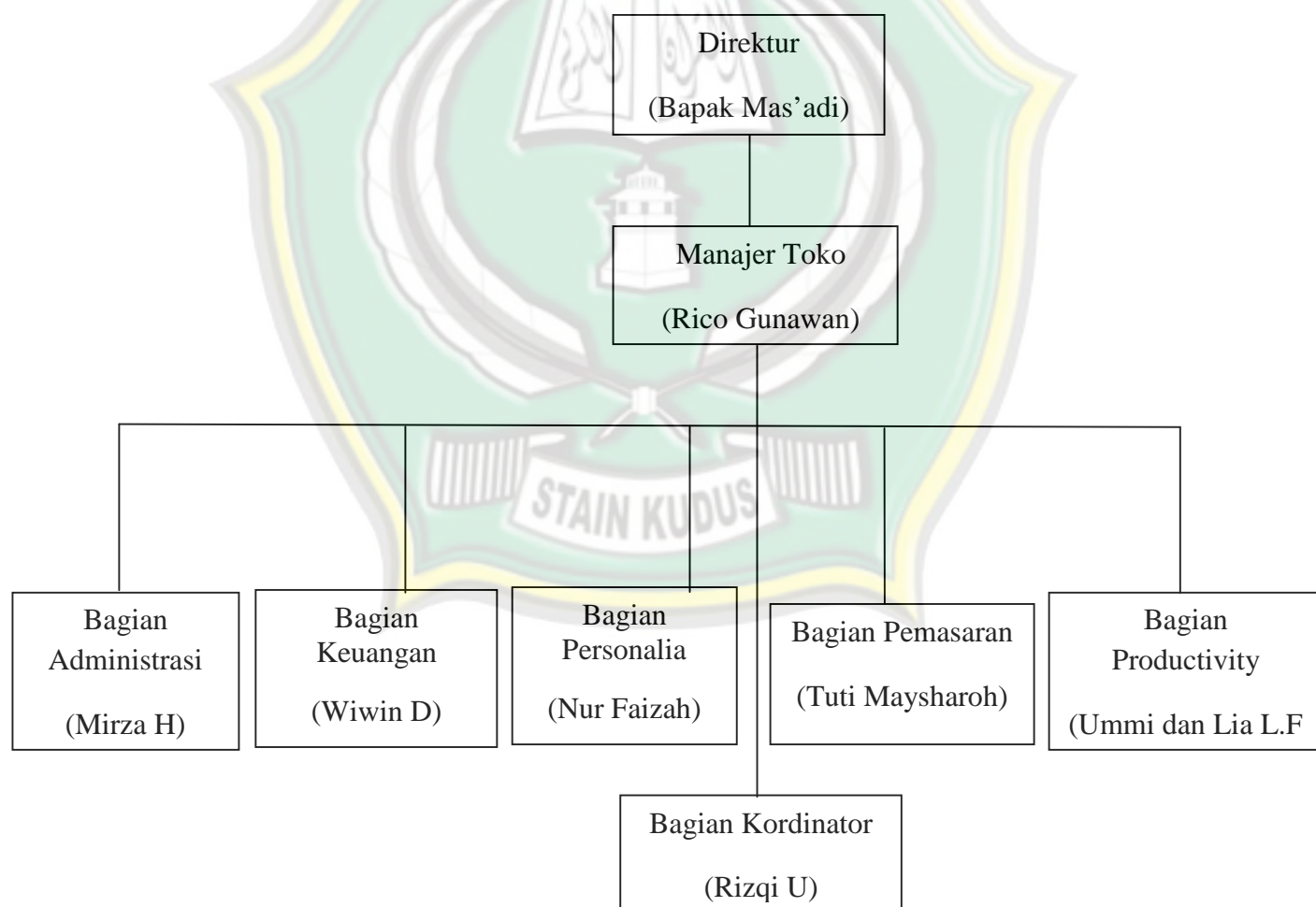
Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara berada di Jl. Raya Purwogondo-Guwo Bandungrejo RT 04 RW 03 Kalinyamat Jepara.

### 4. Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi Minimarket Adijaya Teluk dapat digambarkan sebagai berikut:<sup>2</sup>

**Gambar 4.1**

**Struktur Organisasi Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara**



<sup>2</sup> Dokumentasi, Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara, Dikutip Tanggal 05 Februari 2017, Pada Pukul 15.00.

Adapun tugas masing-masing jabatan dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Direktur

Secara umum tugas direktur dalam perusahaan ini adalah memimpin, merencanakan, mengarahkan, mengatur, mengawasi, mengambil keputusan dan sebagai motivator bagi karyawan.

b. Manajer Toko

- 1) Sales dan profitability
- 2) Penanganan inventory
- 3) Pengendalian sumber daya manusia
- 4) Mengendalikan aset
- 5) Customer servis

c. Bagian Administrasi

- 1) Menginput data penjualan yang dilakukan sales
- 2) Membuat laporan persediaan barang
- 3) Membuat laporan penjualan yang diminta oleh pimpinan

d. Bagian Keuangan

- 1) Penerima tagihan pembayaran yang sudah dilakukan oleh sales
- 2) Mengurus keuangan dari semua toko dan penagihan dari supplier
- 3) Memeriksa rangkuman kas kecil untuk memastikan penggunaan data ketersediaan kas kecil yang efektif

e. Bagian Personalia

- 1) Membuat perencanaan pegawai sesuai kebutuhan dari setiap departemen
- 2) Bertanggung jawab dalam memilih dan mendapatkan pegawai agar mempunyai motivasi kerja
- 3) Menemukan solusi untuk setiap persoalan yang dihadapi oleh pegawai perusahaan

f. Bagian Pemasaran

- 1) Merencanakan dan merumuskan kebijakan strategis yang menyangkut pemasaran



- 2) Memonitor dan mengarahkan proses-proses diseluruh dividen direktorat pemasaran
  - 3) Melakukan koordinasi strategi antar direktorat
  - 4) Memberikan masukan pada direktur utama dalam memutuskan hal-hal yang berkaitan dengan pemasaran
- g. Bagian Produktifitas
- Menganalisis tingkat kebutuhan dan alokasi barang tiap toko (target tahunan)
- h. Bagian Kordinator
- 1) Mengkoordinir rekan kerjanya untuk melakukan tugas sesuai dengan fungsi/ jabatan dan membuat pelaporan keatasannya.
  - 2) Menerima, mencatat data dan melapor secara lisan dan tertulis kepada atasan bila ada penyimpangan/ masalah

## B. Gambaran Umum Responden

Diskripsi responden disajikan 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 tersebut dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang cara pengambilan informasi atau data-data yang dibutuhkan peneliti mengenai tanggapan responden dengan menggunakan angket. Untuk penyebaran kuesionernya dilakukan dengan cara peneliti langsung mendatangi Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten 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 84 responden sebagai syarat pemenuhan sampel yang dapat mewakili populasi. Dalam hal ini peneliti membagi karakteristik responden menjadi 4, yaitu:

### 1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden, yaitu konsumen Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara yang menjadi responden dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen
Perempuan	60	72%
Laki-laki	24	28%
Jumlah	84	100%

*Sumber : data primer yang diolah tahun 2017.*

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui tentang jenis kelamin konsumen Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara yang diambil sebagai responden. Mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebanyak 60 orang atau 72%, sedangkan sisanya adalah laki-laki sebanyak 24 orang atau 28%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari konsumen Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara adalah perempuan.

### 2. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden konsumen Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi empat kategori, yaitu dari umur kurang dari 20th, 21 s/d 30 th, 31 th s/d 40 th, dan lebih dari 40 th. Data yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut

**Tabel 4.2**  
**Umur Responden**

Umur	Jumlah	Persen
<20 th	10	12%
21 s/d 30 th	30	36%
31 th s/d 40 th	24	28%
>40 th	20	24%
<b>Jumlah</b>	<b>84</b>	<b>100%</b>

*Sumber : data primer yang diolah tahun 2017.*

Berdasarkan tabel 4.2 diatas diketahui bahwa usia dari responden konsumen Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara yang dijadikan sampel dalam penelitian adalah dari usia kurang dari 20 tahun sebanyak 10 orang atau 12%, usia 21 s/d 30 tahun sebanyak 30 orang atau 36%, usia 31 s/d 40 tahun sebanyak 24 orang atau 28%, dan yang usianya lebih dari 40 tahun adalah 20 orang atau 24%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar usia responden konsumen Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara adalah antara 21s/d 30 tahun.

### 3. Pendidikan Responden

Adapun data mengenai pendidikan responden konsumen Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara peneliti membaginya dalam empat kategori, yaitu SD, SMP, SMA/SMK dan S1. Adapun data mengenai tingkat pendidikan konsumen yang diambil sebagai responden sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Pendidikan Responden**

Pendidikan	Jumlah	Persen
SD	15	18%
SMP	20	24%
SMA/SMK	34	40%
S1	15	18%
Jumlah	84	100%

*Sumber : data primer yang diolah tahun 2017.*

Berdasarkan tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa pendidikan konsumen Minimarket Adijaya Teluk yang menjadi responden adalah pendidikan SD sebanyak 15 orang atau 18%, pendidikan SMP sebanyak 20 orang atau 24%, pendidikan SMA/SMK sebanyak 34 orang atau 40%, dan S1 sebanyak 15 orang atau 18%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pendidikan Konsumen Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara adalah SMA/SMK.

#### 4. Status Perkawinan

Adapun data mengenai status perkawinan responden konsumen Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara, sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Status Perkawinan Responden**

Status Perkawinan	Jumlah	Persen
Menikah	50	60%
Belum Menikah	34	40%
Jumlah	84	100%

*Sumber : data primer yang diolah tahun 2017.*

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat diketahui tentang status perkawinan Konsumen Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara yang



diambil sebagai responden. Mayoritas responden adalah menikah, yaitu sebanyak 50 orang atau 60%, sedangkan sisanya adalah belum menikah sebanyak 34 orang atau 40%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari konsumen Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara adalah menikah.

### C. Deskripsi Hasil Data Penelitian

Hasil dari masing-masing jawaban responden tentang pengaruh Faktor Lokasi dan Kelengkapan Barang terhadap Keputusan Pembelian adalah sebagai berikut:

#### 1. Variabel Faktor Lokasi (X1)

Berdasarkan tabulasi jawaban responden mengenai Faktor Lokasi yang ada di Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Data Hasil Penelitian Faktor Lokasi**

Faktor Lokasi (X1)										
Item	SS	%	S	%	R	%	TS	%	STS	%
FL 1	3	3.57%	42	50.0%	36	42.86%	3	3.57%	0	0,0%
FL 2	41	48.81%	40	47.62%	3	3.57%	0	0,0%	0	0,0%
FL 3	45	53.57%	34	40.48%	3	3.57%	2	2.38%	0	0,0%
FL 4	0	0,0%	17	20.24%	55	65.48%	12	65.48%	0	0,0%
FL 5	16	19.05%	61	72.62%	3	3.57%	3	3.57%	1	1.19%
FL 6	53	63.09%	31	36.90%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
FL 7	0	0,0%	7	8.33%	66	78.57%	11	13.09%	0	0,0%
FL 8	0	0,0%	0	0,0%	63	75.0%	21	25.0%	0	0,0%

Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2017.

Adapun penjelasan deskripsi angket adalah sebagai berikut:

Hasil penelitian terhadap Faktor Lokasi menunjukkan bahwa pada item pertama Lokasi Minimarket Adijaya termasuk strategis, 3.57% responden menyatakan sangat setuju, 50.0% responden menyatakan setuju, 42.86% responden memilih bersikap ragu-ragu, 3.57% responden menyatakan tidak setuju dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item kedua Lokasi Minimarket Adijaya mudah dijangkau oleh Anda, 48.81% responden menyatakan sangat setuju, 47.62% responden menyatakan setuju, 15.48% responden memilih bersikap ragu-ragu, 3.57% responden menyatakan tidak setuju dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item ketiga Lokasi Minimarket Adijaya mudah ditemukan oleh Anda, 53.57% responden menyatakan sangat setuju, 40.48% responden menyatakan setuju, 3.57% responden memilih bersikap ragu-ragu, 2.38% responden menyatakan tidak setuju dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item keempat Minimarket Adijaya dilewati kendaraan umum, 0,0% responden menyatakan sangat setuju, 20.24% responden menyatakan setuju, 30.95% responden memilih bersikap ragu-ragu, 2.38% responden menyatakan tidak setuju dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item kelima Minimarket Adijaya terlihat dari jalan utama, 19.05% responden menyatakan sangat setuju, 72.62% responden menyatakan setuju, 3.57% responden memilih bersikap ragu-ragu, 3.57% responden menyatakan tidak setuju dan 1.19% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item keenam Tempat parkir di Minimarket Adijaya sangat luas dan aman, 63.09% responden menyatakan sangat setuju, 36.90% responden menyatakan setuju, 0,0% responden memilih bersikap ragu-

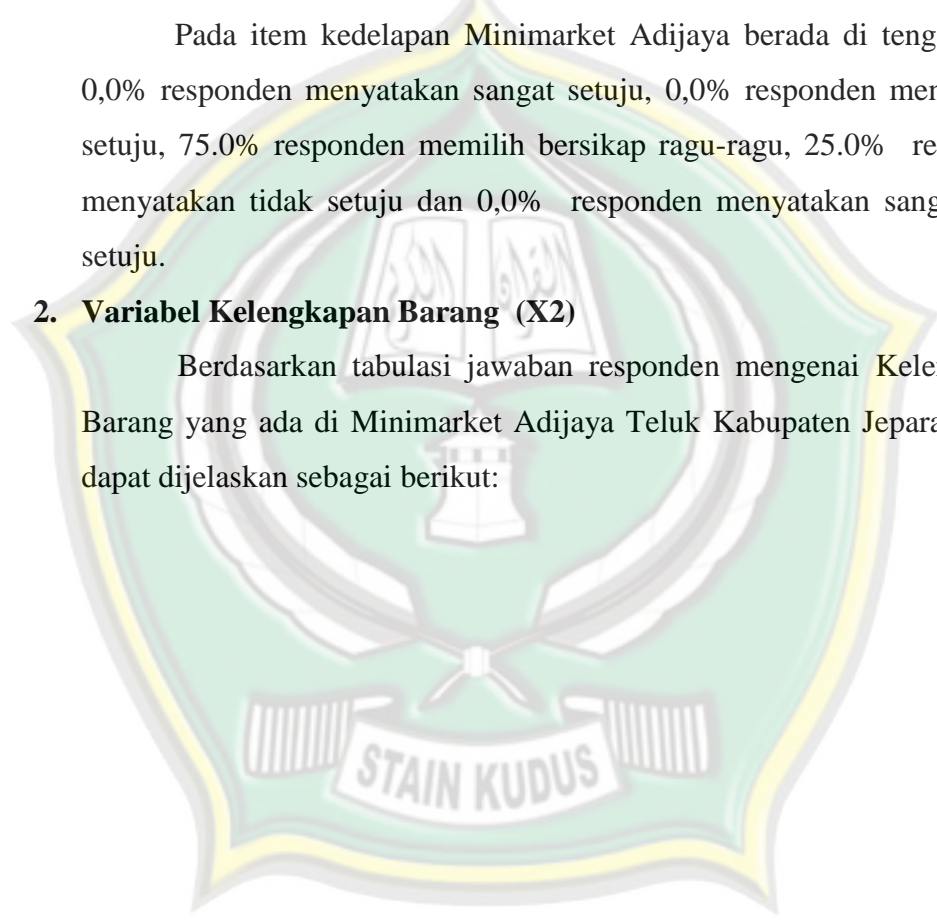
ragu, 0,0% responden menyatakan tidak setuju dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item ketujuh Minimarket Adijaya berada di pusat perbelanjaan, 0,0% responden menyatakan sangat setuju, 8.33% responden menyatakan setuju, 78.57% responden memilih bersikap ragu-ragu, 13.09% responden menyatakan tidak setuju dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item kedelapan Minimarket Adijaya berada di tengah kota, 0,0% responden menyatakan sangat setuju, 0,0% responden menyatakan setuju, 75.0% responden memilih bersikap ragu-ragu, 25.0% responden menyatakan tidak setuju dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

## **2. Variabel Kelengkapan Barang (X2)**

Berdasarkan tabulasi jawaban responden mengenai Kelengkapan Barang yang ada di Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara , maka dapat dijelaskan sebagai berikut:



**Tabel 4.6**  
**Data Hasil Penelitian Kelengkapan Barang**

Kelengkapan Barang (X2)										
Item	SS	%	S	%	R	%	TS	%	STS	%
KB 1	11	13.09%	47	55.95%	26	30.95%	0	0,0%	0	0,0%
KB 2	22	26.19%	54	64.28%	8	9.52%	0	0,0%	0	0,0%
KB 3	28	33.33%	51	60.71%	5	5.95%	0	0,0%	0	0,0%
KB 4	6	7.14%	26	30.95%	47	55.95%	5	5.95%	0	0,0%
KB 5	15	17.86%	65	77.38%	4	4.76%	0	0,0%	0	0,0%
KB 6	38	45.24%	46	54.76%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
KB 7	0	0,0%	21	25.0%	60	71.43%	2	2.38%	1	1.19%
KB 8	10	11.90%	33	39.28%	36	42.86%	5	5.95%	0	0,0%

*Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2017.*

Adapun penjelasan deskripsi angket adalah sebagai berikut:

Hasil penelitian terhadap Kelengkapan Barang menunjukkan bahwa pada item pertama Barang yang di jual di Minimarket Adijaya sangat lengkap, 13.09% responden menyatakan sangat setuju, 60.71% responden menyatakan setuju, 30.95% responden memilih bersikap ragu-ragu, 0,0% responden menyatakan tidak setuju dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item kedua Barang yang di jual di Minimarket Adijaya bukan hanya barang utama melainkan barang pelengkap juga, 26.19% responden menyatakan sangat setuju, 64.28% responden menyatakan setuju, 9.52% responden memilih bersikap ragu-ragu, 0,0% responden menyatakan tidak setuju dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item ketiga Barang yang di jual di Minimarket Adijaya sangat bermacam-macam jenis dan karakternya, 33.33% responden menyatakan sangat setuju, 79.76% responden menyatakan setuju, 5.95% responden



memilih bersikap ragu-ragu, 0,0% responden menyatakan tidak setuju dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item keempat Barang yang di jual di Minimarket Adijaya sesuai dengan keinginan Anda, 7.14% responden menyatakan sangat setuju, 30.95% responden menyatakan setuju, 55.95% responden memilih bersikap ragu-ragu, 55.95% responden menyatakan tidak setuju dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item kelima Barang yang di jual di Minimarket Adijaya sangat beragam bentuknya, 17.86% responden menyatakan sangat setuju, 77.38% responden menyatakan setuju, 4.76% responden memilih bersikap ragu-ragu, 0,0% responden menyatakan tidak setuju dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item keenam Ada berbagai macam pilihan merek yang tersedia di Minimarket Adijaya, 45.24% responden menyatakan sangat setuju 54.76% responden menyatakan setuju, 0,0% responden memilih bersikap ragu-ragu, 0,0% responden menyatakan tidak setuju dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item ketujuh Ada berbagai macam ketersediaan barang yang di jual di Minimarket Adijaya, 0,0% responden menyatakan sangat setuju, 25.0% responden menyatakan setuju, 71.43% responden memilih bersikap ragu-ragu, 2.38% responden menyatakan tidak setuju dan 1.19% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item kedelapan Barang yang di jual di Minimarket Adijaya sangat bervariasi, 11.90% responden menyatakan sangat setuju, 39.28% responden menyatakan setuju, 42.86% responden memilih bersikap ragu-ragu 5.95% responden menyatakan tidak setuju dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

### **3. Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

Berdasarkan tabulasi jawaban responden mengenai Keputusan Pembelian yang ada di Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara , maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Data Hasil Penelitian Keputusan Pembelian**

Item	Keputusan Pembelian (Y)									
	SS	%	S	%	R	%	TS	%	STS	%
FL 1	23	27.38%	34	40.48%	26	30.95%	0	0,0%	1	1.19%
FL 2	6	7.143%	64	76.19%	13	15.48%	0	0,0%	1	1.19%
FL 3	7	8.33%	67	79.76%	10	11.90%	0	0,0%	0	0,0%
FL 4	14	16.67%	42	50.0%	26	30.95%	2	2.38%	0	0,0%
FL 5	9	10.71%	68	82.14%	7	8.33	0	0,0%	0	0,0%
FL 6	26	30.95%	58	69.05%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
FL 7	0	0,0%	33	39.28%	48	57.14%	3	3.57%	0	0,0%
FL 8	21	25.0%	60	71.43%	0	0,0%	3	3.57%	0	0,0%

*Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2017.*

Adapun penjelasan deskripsi angket adalah sebagai berikut:

Hasil penelitian terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan bahwa pada item pertama Anda membeli di Minimarket Adijaya karena pengaruh dari orang lain, 27.38% responden menyatakan sangat setuju, 40.48% responden menyatakan setuju, 30.95% responden memilih bersikap ragu-ragu, 0,0% responden menyatakan tidak setuju dan 1.19% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item kedua Anda membeli di Minimarket Adijaya karena pengaruh dari keluarga, 7.143% responden menyatakan sangat setuju, 76.19% responden menyatakan setuju, 15.48% responden memilih bersikap ragu-ragu, 0,0% responden menyatakan tidak setuju dan 1.19% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item ketiga Anda membeli di Minimarket Adijaya karena mendapat motivasi dari orang lain, 8.33% responden menyatakan sangat setuju, 79.76% responden menyatakan setuju, 11.90% responden memilih

bersikap ragu-ragu, 0,0% responden menyatakan tidak setuju dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item keempat Anda membeli barang di Minimarket Adijaya sesuai dengan minat keinginan, 16.67% responden menyatakan sangat setuju, 50.0% responden menyatakan setuju, 30.95% responden memilih bersikap ragu-ragu, 2.38% responden menyatakan tidak setuju dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item kelima Anda mencari informasi sebelum membeli barang di Minimarket Adijaya, 10.71% responden menyatakan sangat setuju, 82.14% responden menyatakan setuju, 8.33% responden memilih bersikap ragu-ragu, 0,0% responden menyatakan tidak setuju dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item keenam Anda memutuskan untuk mengevaluasi setelah membeli di Minimarket Adijaya, 30.95% responden menyatakan sangat setuju, 69.05% responden menyatakan setuju, 0,0% responden memilih bersikap ragu-ragu, 0,0% responden menyatakan tidak setuju dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item ketujuh Anda yakin mengambil keputusan yang tepat untuk membeli di Minimarket Adijaya, 0,0% responden menyatakan sangat setuju, 39.28% responden menyatakan setuju, 57.14% responden memilih bersikap ragu-ragu, 3.57% responden menyatakan tidak setuju dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item kedelapan Anda akan merekomendasikan kepada teman, saudara, setelah Anda membeli barang-barang yang di jual di Minimarket Adijaya, 25.0% responden menyatakan sangat setuju, 71.43% responden menyatakan setuju, 0,0% responden memilih bersikap ragu-ragu, 3.57% responden menyatakan tidak setuju dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

#### D. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis SPSS. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Untuk mengetahui valid atau tidaknya pertanyaan tersebut maka dapat diketahui dengan cara membandingkan  $r$  hitung dan  $r$  tabel. Jika  $r$  hitung lebih besar dari pada  $r$  tabel serta memiliki nilai koefisien probabilitas dibawah 0,05 maka butir pertanyaan tersebut valid. Kuesioner ini di uji pada non responden yang berjumlah 35, dan responden yang berjumlah 84. Hasil analisis validitas dapat dilihat dari tabel berikut ini:

**Tabel 4.8**  
**Uji Validitas Instrumen Non Responden**

Item Pertanyaan	$r$ hitung	$r$ tabel	Keterangan
FL 1	0,461	0,334	Valid
FL 2	0,415	0,334	Valid
FL 3	0,682	0,334	Valid
FL4	0,373	0,334	Valid
FL5	0,526	0,334	Valid
FL6	0,400	0,334	Valid
FL7	0,785	0,334	Valid
FL8	0,776	0,334	Valid
KB 1	0,634	0,334	Valid
KB 2	0,651	0,334	Valid
KB 3	0,900	0,334	Valid
KB 4	0,803	0,334	Valid
KB 5	0,784	0,334	Valid
KB 6	0,343	0,334	Valid
KB 7	0,474	0,334	Valid



KB 8	0,577	0,334	Valid
KP 1	0,559	0,334	Valid
KP 2	0,496	0,334	Valid
KP 3	0,640	0,334	Valid
KP 4	0,689	0,334	Valid
KP 5	0,706	0,334	Valid
KP 6	0,434	0,334	Valid
KP 7	0,545	0,334	Valid
KP 8	0,443	0,334	Valid

*Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2017.*

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa masing-masing item yang menyusun masing masing kuesioner memiliki r hitung lebih besar dari r tabel ( $r \text{ hitung} > 0,334$ ), yang berarti masing-masing item dari variabel adalah valid.

**Tabel 4.9**  
**Uji Reliabilitas Non Responden**

Variabel	Reliability Coefitiens	Alpha Cornbach	Keterangan
Faktor Lokasi (X1)	8 item	0,722	Reliabel
Kelengkapan Barang (X2)	8 item	0,756	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	8 item	0,729	Reliabel

*Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2017.*

Berdasarkan tabel 4.9 diatas diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai cronbach alpa yang lebih tinggi dari 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel tersebut reliabel. Dengan demikian syarat reliabilitas alat ukur terpenuhi.

**Tabel 4.10**  
**Uji Validitas Responden**

<b>Item Pertanyaan</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Keterangan</b>
FL 1	0,459	0,215	Valid
FL 2	0,388	0,215	Valid
FL 3	0,641	0,215	Valid
FL 4	0,393	0,215	Valid
FL 5	0,540	0,215	Valid
FL 6	0,371	0,215	Valid
FL 7	0,786	0,215	Valid
FL 8	0,768	0,215	Valid
KB 1	0,555	0,215	Valid
KB 2	0,442	0,215	Valid
KB 3	0,596	0,215	Valid
KB 4	0,671	0,215	Valid
KB 5	0,696	0,215	Valid
KB 6	0,435	0,215	Valid
KB 7	0,531	0,215	Valid
KB 8	0,434	0,215	Valid
KP 1	0,487	0,215	Valid
KP 2	0,424	0,215	Valid
KP 3	0,875	0,215	Valid
KP 4	0,812	0,215	Valid
KP 5	0,757	0,215	Valid
KP 6	0,297	0,215	Valid
KP 7	0,484	0,215	Valid
KP 8	0,579	0,215	Valid

*Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2017.*

Berdasarkan tabel 4.10 diatas diketahui bahwa masing-masing item yang menyusun masing-masing kuesioner memiliki  $r$  hitung lebih dari  $r$  tabel ( $r$  hitung  $> 0,215$ ), yang berarti masing-masing item dari variabel adalah valid. Dengan demikian syarat validitas dari alat ukur terpenuhi.

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, selanjutnya reliabilitas alat ukur tersebut diuji. Reabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama. Apabila ukuran tersebut di kelompokkan ke dalam lima kelas dengan range yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan seperti berikut:

**Tabel 4.11**  
**Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha**

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 s.d 0,20	Kurang Reliabel
$> 0,20$ s.d 0,40	Agak Reliabel
$> 0,40$ s.d 0,60	Cukup Reliabel
$> 0,60$ s.d 0,80	Reliabel
$> 0,80$ s.d 1,00	Sangat Reliabel

Uji reliabilitas memberikan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Uji Reliabilitas Responden**

Variabel	Reliability Coefities	Alpha Cornbach	Keterangan
Faktor Lokasi (X1)	8 item	0,630	Reliabel
Kelengkapan Barang (X2)	8 item	0,643	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	8 item	0,706	Reliabel

*Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2017.*

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai cronbach alpa yang lebih tinggi dari 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel tersebut reliabel. Dengan demikian syarat reliabilitas alat ukur terpenuhi.

### E. Hasil Uji Asumsi Klasik

Agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi, maka uji asumsi klasik harus terpenuhi. Berdasarkan hasil pengujian gejala penyimpangan klasik terhadap data peneliti dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dimana nilai *Tolerance*  $< 0,10$  atau sama dengan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)  $> 10$ .

**Tabel 4.13**  
**Uji Multikolonieritas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	18.244	5.390		3.385	.001		
Faktor Lokasi	.034	.118	.030	.284	.777	.961	1.041
Kelengkapan Barang	.394	.111	.375	3.563	.001	.961	1.041

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2017.



Berdasarkan tabel 4.13 diatas menunjukkan tidak terjadinya multikolonieritas. Dari hasil pengujian multikolonieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *tolerance* variabel X1 dan X2 masing-masing sebesar 0,961 dan VIF masing-masing sebesar 1.041. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki *tolerance* yang kurang dari 10 persen dan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF yang lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

## 2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1. Uji autokorelasi untuk penelitian ini menggunakan *Durbin Watson test*, dimana dikatakan tidak terjadi autokorelasi jika nilai *durbin Watson* lebih besar dari *du* dan lebih kecil dari *4-du* ( $du < dw < 4-du$ ). Dari hasil pengolahan diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Uji Autokorelasi**

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.370 <sup>a</sup>	.137	.116	2.563	1.947

a. Predictors: (Constant), Faktor LOKasi, Kelengkapan Barang

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

*Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2017.*

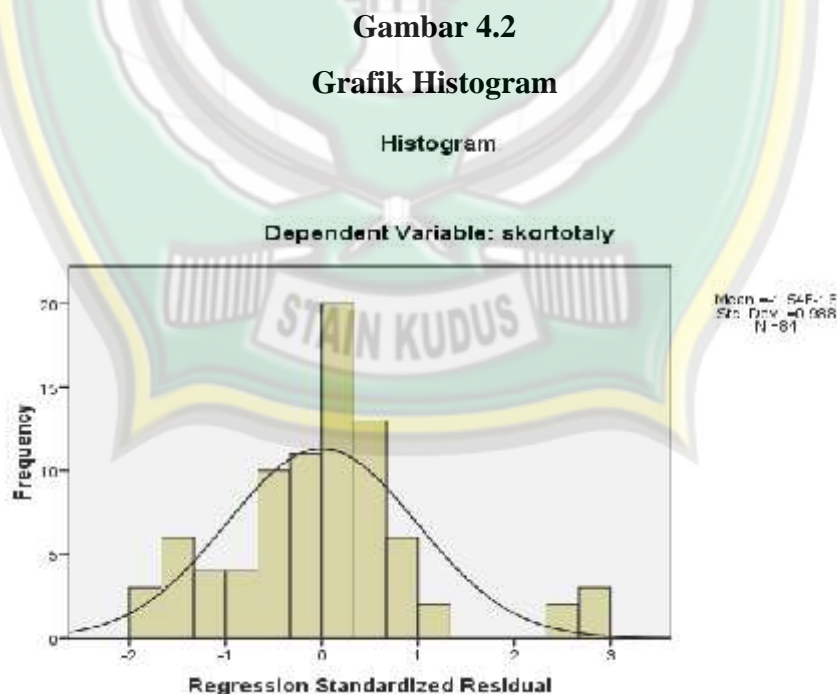
Dari tabel diatas hasil pengujian dengan menggunakan uji Durbin-Warton atas residual persamaan regresi diperoleh angka d-W sebesar 1.947 untuk menguji gejala autokorelasi maka angka d-W sebesar 1.947 tersebut dibandingkan dengan nilai tabel dengan signifikansi 0,05 n= 84

dan  $k=2$ . Dari tabel d-statistik Durbin Watson diperoleh nilai  $d_l=1.597$  dan  $d_u=1.694$ . Apabila dimasukkan kedalam rumus maka  $d_u < d_w < 4-d_u$  atau  $1.694 < 1.947 < 2.306$  maka dapat disimpulkan tidak ada autokorelasi pada model regresi.

### 3. Uji Normalitas

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

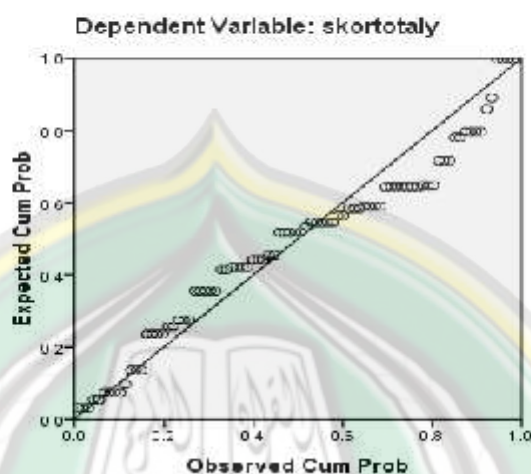
Salah satu cara untuk melihat normalitas residual adalah berdasarkan normal *probability plot*, dimana data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau dengan grafik histogram yang menunjukkan pola distribusi normal maka model regresinya memenuhi asumsi normalitas. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:



Sumber : Data primer yang diolah tahun 2017.

**Gambar 4.3**  
**Grafik Normal P-P Plot**

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



*Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2017.*

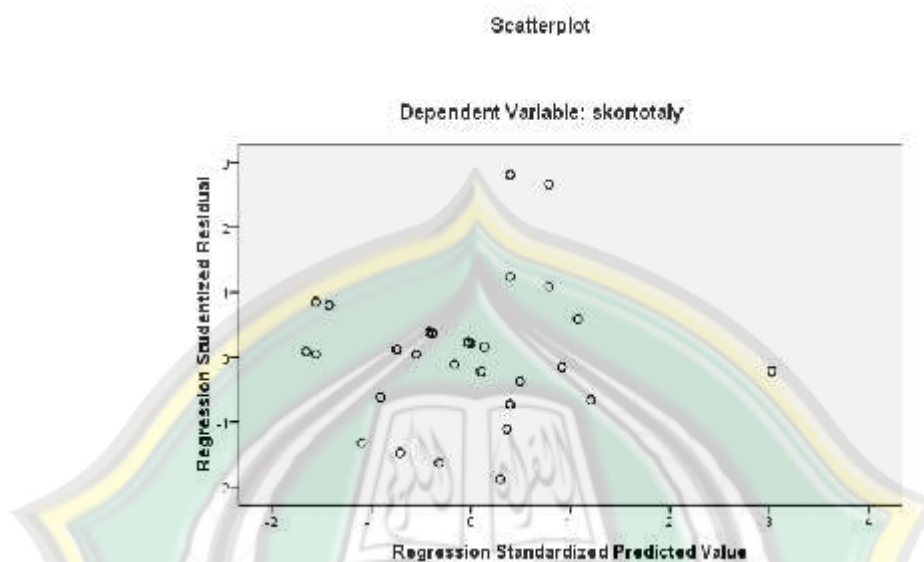
Dari gambar di atas, menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal atau mengikuti arah diagonal dan grafik histogramnya pun menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresinya memenuhi asumsi normalitas.

#### 4. Uji Heteroskedastistas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot*. Asumsinya adalah:

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Gambar 4.4**  
**Pengujian Heteroskedastisitas**



*Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2017.*

Grafik menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

## **F. Hasil Analisis Data**

### **1. Analisis Regresi Linear Ganda**

Analisis regresi ganda digunakan untuk menguji hipotesa dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel Faktor Lokasi dan Kelengkapan Barang terhadap Keputusan Pembelian

Dalam regresi linier berganda, persamaan regresinya adalah  $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$  yang digunakan untuk melakukan analisis secara simultan antara Faktor Lokasi ( $X_1$ ) dan Kelengkapan Barang ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Dengan menggunakan bantuan alat olah statistik SPSS diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut:



**Tabel 4.15**  
**Hasil Regresi Linear Ganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.244	5.390		3.385	.001
	Faktor Lokasi	.034	.118	.030	.284	.777
	Kelengkapan Barang	.394	.111	.375	3.563	.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

*Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2017.*

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien untuk variabel bebas  $X_1 = 0,034$ ,  $X_2 = 0,394$  dan konstanta sebesar 18.244 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 18.244 + 0,034X_1 + 0,394 X_2 + e$$

Dimana:

Y : variabel *dependen* (Keputusan Pembelian )

a : Konstanta

$b_1$  : Koefisien regresi variabel Faktor Lokasi

$b_2$  : Koefisien regresi variabel Kelengkapan Barang

$X_1$  : variabel *independen* (Faktor Lokasi)

$X_2$  : variabel *independen* (Kelengkapan Barang)

e :Penggangu (error)

Persamaan regresi menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara Pengaruh Faktor Lokasi dan Kelengkapan Barang terhadap Keputusan Pembelian

- a. Nilai konstanta dari hasil penelitian menunjukkan nilai yang positif sebesar 18.244 artinya jika Faktor Lokasi dan Kelengkapan Barang nilainya adalah 0 maka Keputusan Pembelian nilainya adalah 18.244
- b. Koefisien regresi dari Faktor Lokasi ( $X_1$ ) sebesar 0,034 menunjukkan besarnya pengaruh Faktor Lokasi terhadap Keputusan Pembelian searah (positif) artinya jika Faktor Lokasi meningkat 1% maka Keputusan Pembelian akan mengalami penurunan sebesar 0,034. Apabila terjadi penurunan sebesar 1% maka, variabel Faktor Lokasi akan menurunkan Keputusan Pembelian sebesar 0,034
- c. Koefisien regresi dari Kelengkapan Barang ( $X_2$ ) sebesar 0,394 menunjukkan besarnya pengaruh Kelengkapan Barang terhadap Keputusan Pembelian searah (positif) artinya jika Kelengkapan Barang meningkat 1% maka Keputusan Pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,394. Apabila terjadi penurunan sebesar 1% maka, variabel Kelengkapan Barang akan menurunkan Keputusan Pembelian sebesar 0,394.
- d. Persamaan  $Y = 18.244 + 0,034 X_1 + 0,394 X_2 + e$  dapat disimpulkan bahwa faktor terbesar yang mempengaruhi Keputusan Pembelian adalah Kelengkapan Barang hal itu dapat dibuktikan dengan nilai koefisien regresi yang paling besar jika dibandingkan dengan nilai koefisien regresi pada variabel independent lainnya.

## 2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji 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. Pengujian dilakukan dengan melihat taraf signifikansi (*p value*), jika taraf signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan di bawah 0,05 maka

hipotesis diterima, sebaliknya jika taraf signifikansi hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak. Adapun tanda (-) atau (+) dari Beta dan t menunjukkan arah pengaruh variabel. Apabila (-) maka variabel tersebut berpengaruh negatif, artinya akan menurunkan Keputusan Pembelian dan apabila (+) maka berpengaruh positif yang berarti dengan peningkatan variabel tersebut akan meningkatkan Keputusan Pembelian.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji t Secara Parsial**

Variabel bebas	t tabel	t hitung	Sig.t	Keterangan
Faktor Lokasi(X1)	1,663	0,284	0,777	Ditolak
Kelengkapan Barang (X2)	1,663	3,563	0,001	Diterima

*Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2017.*

a. Pengaruh Faktor Lokasi terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4.16 hasil uji t secara parsial yang menggunakan tingkat signifikansi sebesar  $\alpha = 0,05$  dan derajat kebebasan  $df = (n-k-1) = 84-2-1=81$ . Diperoleh t tabel= 1,663. Hasil pengujian statistik pengawasan Faktor Lokasi menunjukkan nilai t hitung 0,284 dengan tingkat signifikansi 0,777. Nilai signifikansi menunjukkan bahwa taraf signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Dengan demikian  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  ( $0,284 < 1,663$ ) yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima  $H_0$  dan menolak  $H_a$ . Dengan demikian dapat berarti bahwa hipotesis  $H_1$  “Faktor Lokasi tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian” ditolak.

b. Pengaruh Kelengkapan Barang terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4.13 hasil uji t secara parsial yang menggunakan tingkat signifikansi sebesar  $\alpha = 0,05$  dan derajat kebebasan  $df = (n-k-1) = 84-2-1=81$ . Diperoleh t tabel= 1,663. Hasil pengujian statistik Kelengkapan Barang terhadap Keputusan

Pembelian menunjukkan nilai  $t$  hitung 3,563 dengan tingkat signifikansi 0,001. Nilai signifikansi menunjukkan bahwa taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $3,563 > 1,663$ ), yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ . Dengan demikian dapat berarti bahwa hipotesis  $H_2$  “Kelengkapan Barang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian” diterima.

### 3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel *independen* (Faktor Lokasi dan Kelengkapan Barang) dalam menerangkan variabel *dependen* (Keputusan Pembelian) dengan melihat *Adjusted R Square*.

**Tabel 4.17**  
**Hasil uji Koefisien Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.370 <sup>a</sup>	.137	.116	2.563

a. Predictors: (Constant), Faktor Lokasi, Kelengkapan Barang

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

*Sumber data: Output SPSS yang diolah, 2017.*

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa korelasi yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikat sebesar  $R = 0,370a$ . Hal ini mengindikasikan bahwa variabel bebas Faktor Lokasi dan Kelengkapan Barang memiliki hubungan terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian. Adapun hubungan yang terjadi adalah positif dan searah dengan tingkat hubungan yang tinggi. Dari hasil analisis data diatas diketahui bahwa besarnya *Adjusted R Square* adalah 0,116 atau 11,6%.



Hal ini berarti sebesar 11,6% kemampuan model regresi dari penelitian ini menerangkan variabel dependen. Artinya 11,6% variabel Keputusan Pembelian bisa dijelaskan oleh variasi dari variabel independen Faktor Lokasi dan Kelengkapan Barang. Sedangkan sisanya ( $100\% - 11,6\% = 88,4\%$ ) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini.

### **G. Pembahasan dan Analisis**

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa secara parsial (individu) variabel bebas Faktor Lokasi (X1) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan oleh Faktor Lokasi (X1) tidak begitu signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Adijaya. Sedangkan variabel bebas Kelengkapan Barang (X2) berpengaruh positif terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian di Minimarket Adijaya. Penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

#### **1. Pengaruh Faktor Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara**

Variabel Faktor Lokasi tidak memiliki pengaruh pada Keputusan Pembelian pada Minimarket Adijaya Teluk dengan nilai sebesar 0,034. Hal ini menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan Faktor Lokasi, Keputusan Pembelian tidak meningkat secara signifikan, yang nilai pengaruhnya hanya 0,034 dan signifikansinya sebesar 0,777 yang jauh di atas 0,05.

Dari hasil hipotesis yang ternyata nilai  $t$  hitung lebih kecil jika dibandingkan dengan  $t$  tabel ( $0,284 < 1,663$ ), maka  $t$  hitung di daerah terima ( $H_1$ ), artinya hipotesis nihil ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) ditolak.

Dengan demikian dapat dikatakan Faktor Lokasi menjadi faktor yang tidak berpengaruh signifikan dalam meningkatkan Keputusan Pembelian dalam hal ini adalah konsumen Minimarket Adijaya Teluk.

Lokasi menjadi faktor yang tidak berpengaruh signifikan dalam meningkatkan keputusan pembelian karena lokasi Minimarket Adijaya Teluk ini tidak strategis, sulit untuk dijangkau, terletak tidak jauh dari pusat kota, akses lalu lintasnya kurang baik, tidak ada kendaraan umum yang melewati tempat itu.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hendra Fure, tentang Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan pengaruhnya terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca.

Hasil yang diperoleh bahwa  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel ( $0,878 < 2,021$ ), yang menunjukkan bahwa Lokasi tidak berpengaruh terhadap Minat Beli, dimana hasil uji Hipotesis menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak artinya tidak ada pengaruh secara signifikan antara Lokasi terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca.

## **2. Pengaruh Kelengkapan Barang Terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket Adijaya di Kabupaten Jepara**

Variabel Kelengkapan Barang memiliki pengaruh pada Keputusan Pembelian pada Minimarket Adijaya Teluk sebesar 0,394. Hal ini menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan Kelengkapan Barang, akan signifikan meningkatkan Keputusan Pembelian, yang nilai pengaruhnya hanya 0,394 dan signifikansinya sebesar 0,001 yang jauh di bawah 0,05.

Dari hasil hipotesis yang ternyata nilai  $t$  hitung lebih besar jika dibandingkan dengan  $t$  tabel ( $3,563 > 1,663$ ), maka  $t$  hitung di daerah terima ( $H_2$ ), artinya hipotesis nihil ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_2$ ) diterima.

Dengan demikian dapat dikatakan Kelengkapan Barang menjadi faktor yang berpengaruh signifikan dalam meningkatkan Keputusan Pembelian dalam hal ini adalah Konsumen Minimarket Adijaya Teluk.

Hal ini menunjukkan bahwa Kelengkapan Barang merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian. Karena dengan adanya Kelengkapan Barang yang baik dari Minimarket Adijaya

Teluk, maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian. Sebaliknya jika Kelengkapan Barang Minimarket Adijaya Teluk buruk, maka Keputusan Pembelian tidak maksimal.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Ida Bagus Ary Upadhana, Ni Made Rastini yang berjudul “Pengaruh Atmosfer Toko, Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Barang dan Kewajiban Harga terhadap Niat Beli Konsumen pada Toko Painluva Seminyak Bali”

Hasil yang diperoleh bahwa  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $3,824 > 1,984$ ), yang menunjukkan bahwa Kelengkapan Barang berpengaruh terhadap Niat Beli konsumen, dimana hasil uji Hipotesis menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya ada pengaruh secara signifikan antara Kelengkapan Barang terhadap Niat Beli Konsumen pada Toko Painluva Seminyak Bali.

### **3. Implikasi Penelitian**

#### **a. Teoritis**

Implikasi teoritis dari penelitian ini bermanfaat terhadap pengembangan teori dan aplikasi terhadap ilmu perilaku konsumen, khususnya dalam keputusan pembelian, tepatnya teori tentang perilaku konsumen menunjukkan bahwa untuk meningkatkan keputusan pembelian dapat dipengaruhi adanya Kelengkapan Barang

#### **b. Praktis**

Dalam penelitian memberikan implikasi secara praktis sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini mengindikasikan bahwa Faktor Lokasi tidak memberikan pengaruh yang signifikan pada Keputusan Pembelian di Minimarket Adijaya. Oleh karena itu, faktor-faktor lain di luar Faktor Lokasi harus lebih ditingkatkan agar konsumen tetap konsisten dalam berbelanja.
- 2) Untuk menciptakan Keputusan Pembelian yang baik, Minimarket secara konsisten perlu memperhatikan dan meningkatkan Kelengkapan Barang untuk memicu para konsumen untuk berbelanja.