

**PENGARUH HARGA, KUALITAS, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN SISTEM SERBA TIGA LIMA
DI KOTA LANGSA**

Skripsi

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

ALMA ANDARA PUTRI
NIM 4022019001



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
2023**

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH HARGA, KUALITAS, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN SISTEM SERBA TIGA LIMA
DI KOTA LANGSA**

Oleh:

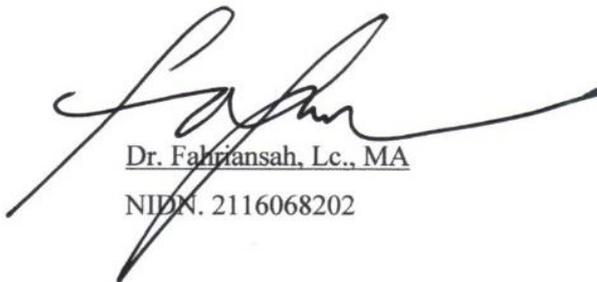
Alma Andara Putri

NIM. 4022019001

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE)
Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Langsa, 30 Mei 2023

Pembimbing I



Dr. Fahransah, Lc., MA

NIDN. 2116068202

Pembimbing II



Nanda Safarida, M.E

NIP. 19831112 201903 2 005

Mengetahui

Ketua Prodi Ekonomi Syariah



Chahayu Astina, M.Si
NIP. 198841123 201903 2 007

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul **“Pengaruh Harga, Kualitas, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Sistem Serba Tiga Lima di Kota Langsa”** an. Alma Andara Putri, NIM 4022019001 Program Studi Ekonomi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 13 Juli 2023. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah.

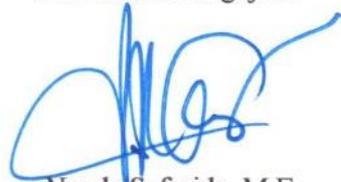
Langsa, 13 Juli 2023
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Langsa

Ketua / Penguji I



Dr. Fahriansah, Lc.MA
NIDN. 2116068202

Sekretaris / Penguji II



Nanda Safarida, M.E
NIP. 19831112 201903 2 005

Anggota / Penguji III



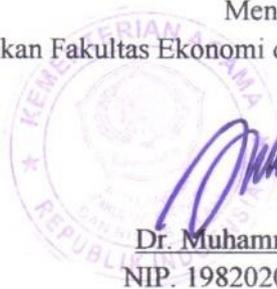
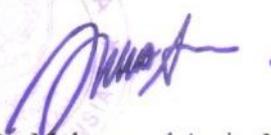
Nurjanah, M.E
NIP. 19880626 201908 2 001

Anggota / Penguji IV



Mastura, M.E.I
NIDN. 2013078701

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa



Dr. Muhammad Amin, MA
NIP. 19820205 200710 1 001

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alma Andara Putri

NIM : 4022019001

Prodi : Ekonomi Syariah

Tempat, Tanggal Lahir : Langsa, 15 April 2001

Alamat : Dusun Keluarga, Desa Lengkong, Kec. Langsa Baro, Kota Langsa.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga, Kualitas, dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Sistem Serba Tiga Lima Di Kota Langsa”** benar hasil karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebut sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Langsa, 05 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



Alma Andara Putri

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**“ Dan Bahwa Seseorang Tidaklah Memperoleh Kecuali dengan Usahnya
Sendiri”**

(QS. An-Najm: 39)

**“ Allah Tidak Akan Membebani Seseorang Melainkan Sesuai Dengan
Kesanggupannya”**

(QS. Al-Baqarah: 286)

“ Kaizen : Menaklukkan Rasa Malas Menuju Keunggulan”

(Dr. Masaaki Imai)

Karya ini dipersembahkan untuk :

- **Bapak dan Mamak Tercinta**
- **Sahabatku**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian dengan sistem serba tiga lima di Kota Langsa.. Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik analisis regresi berganda, Adapun sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden yang diambil dengan teknik *Accidental Sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dari uji t, dimana diperoleh nilai t sig. $0,001 < 0,05$. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dari uji t, dimana diperoleh nilai t sig. $0,000 < 0,05$. Variasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dari uji t, dimana diperoleh nilai t sig. $0,213 < 0,05$.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Variasi Produk, Keputusan Pembelian, Serba Tiga Lima

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, quality, and product variety on purchasing decisions with a three- five system in Langsa City. This Research method is a quantitative research with multiple regression analysis techniques. The sample in this study was 96 respondents who were taken by *Accidental Sampling* technique. The results of this study indicate that price has a significant effect on purchasing decisions. This is evidenced by the t test, where a t sig value of $0.001 < 0.05$ is obtained. Product quality has a significant effect on purchasing decisions. This is evidenced by the t test, where at t sig. $0.000 < 0.05$. Product variation has no significant effect on purchasing decisions. This is evidenced by the t test, where the t sig value is $0.213 < 0.05$

Keywords: Price, Product Quality, Product Variety, Purchase Decision, All Three Five

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan Menyebut Nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang

Alhamdulillah rabbil'alamini, segenap rasa syukur saya panjatkan kehadiran Allah Swt. yang mana telah memberikan hidayahnya atas limpahan nikmat iman dan nikmat Islam. Shalawat dan salam kepada pangkuan Nabi besar Muhammad Saw dimana beliau pembawa risalah dan rahmah.

Atas diberinya kesehatan oleh Allah Swt sehingga saya Alma Andara Putri selaku pembuat skripsi dengan Judul “Pengaruh Harga, Kualitas, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Sistem Serba Tiga Lima di Kota Langsa” dengan baik dan lancar.

Dalam pembuatan skripsi ini, peneliti sangat berterima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, semangat, serta dukungannya kepada peneliti yang berupa materiil, spiritual, dan moral sehingga pembuatan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu perkenankan peneliti menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya dan sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Slamet dan Ibu Roslinawati sebagai orang tua tercinta yang selama ini terus memberikan dukungan dan do'a tanpa henti yang dicurahkan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Prof. H. Basri Ibrahim, MA. selaku rektor IAIN Langsa.

3. Bapak Prof. Dr. Iskandar Budiman, M.Cl. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
4. Bapak Dr. Fahriansah, Lc. MA. selaku ketua prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa sekaligus juga sebagai pembimbing I dan Penasehat Akademik (PA) yang telah membantu, mengarahkan, dan membimbing skripsi ini dengan baik.
5. Ibu Nanda Safarida, M.E. selaku pembimbing II yang telah memberikan saran dan pengarahan sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
6. Sahabat dan teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu serta seluruh pihak terkait yang telah memberikan semangat dan membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Langsa, 30 Mei 2023

Alma Andara Putri

DAFTAR ISI

COVER

| | |
|-------------------------------------|------|
| PERSETUJUAN..... | i |
| PENGESAHAN | ii |
| SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI..... | iii |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|--|----|
| 1.1. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2. Identifikasi Masalah | 8 |
| 1.3. Batasan Penelitian | 8 |
| 1.4. Perumusan Masalah | 8 |
| 1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 9 |
| 1.5.1. Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.5.2. Manfaat Penelitian | 9 |
| 1.6. Penjelasan Istilah..... | 10 |
| 1.7. Sistematika Pembahasan..... | 12 |

BAB II LANDASAN TEORI

| | |
|--|----|
| 2.1.Keputusan Pembelian..... | 13 |
| 2.1.1. Pengertian Keputusan Pembelian..... | 13 |
| 2.1.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian | 14 |
| 2.1.3. Indikator Keputusan Pembelian | 16 |

| | |
|---|----|
| 2.2. Harga..... | 17 |
| 2.2.1. Pengertian Harga..... | 17 |
| 2.2.2. Hubungan Harga dengan Keputusan pembelian..... | 18 |
| 2.2.3. Indikator Harga..... | 19 |
| 2.3. Kualitas Produk..... | 20 |
| 2.3.1. Pengertian Kualitas Produk..... | 20 |
| 2.3.2. Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan pembelian..... | 24 |
| 2.3.3. Indikator Kualitas Produk..... | 25 |
| 2.4. Variasi Produk..... | 26 |
| 2.4.1. Pengertian Variasi Produk..... | 26 |
| 2.4.2. Hubungan Variasi Produk dengan Keputusan pembelian..... | 27 |
| 2.4.3. Indikator Variasi Produk..... | 27 |
| 2.5. Penelitian Terdahulu..... | 28 |
| 2.6. Kerangka pemikiran..... | 32 |
| 2.7. Hipotesis penelitian..... | 33 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| 3.1. Pendekatan Penelitian..... | 35 |
| 3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 35 |
| 3.3. Populasi dan Sampel..... | 36 |
| 3.3.1. Populasi..... | 36 |
| 3.3.2. Sampel..... | 36 |
| 3.4. Sumber Data penelitian..... | 37 |
| 3.5. Instrumen pengumpulan Data..... | 38 |
| 3.6. Definisi Operasional Variabel..... | 39 |
| 3.7. Teknik Analisa Data..... | 41 |
| 3.7.1. Uji Statistik Deskriptif..... | 41 |
| 3.7.2. Uji Instrumen..... | 42 |
| 3.7.3. Uji Asumsi Klasik..... | 43 |
| 3.7.4. Metode Analisis regresi Berganda..... | 45 |
| 3.7.5. Uji Hipotesis..... | 46 |

BAB IV HASIL PENELITIAN

| | |
|--|----|
| 4.1. Gambaran Umum Toko Serba Tigalima di Kota Langsa..... | 48 |
| 4.2. Deskripsi Data Penelitian | 49 |
| 4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 49 |
| 4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 50 |
| 4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 51 |
| 4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Toko..... | 52 |
| 4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan membeli barang dalam sebulan | 52 |
| 4.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Barang yang dibeli | 53 |
| 4.3. Uji Instrumen Penelitian | 54 |
| 4.3.1. Uji Validitas | 54 |
| 4.3.2. Uji Reliabilitas | 58 |
| 4.4. Uji Asumsi Klasik..... | 59 |
| 4.4.1. Uji Normalitas..... | 59 |
| 4.4.2. Uji Multikolinearitas | 60 |
| 4.4.3. Uji Heteroskedastisitas..... | 61 |
| 4.5. Analisis Regresi Linier Berganda | 62 |
| 4.6. Uji Hipotesis | 64 |
| 4.6.1. Uji Koefisien Determinan (R^2)..... | 64 |
| 4.6.2. Uji F | 65 |
| 4.6.3. Uji T | 65 |
| 4.7. Interpretasi Hasil Penelitian..... | 67 |

BAB V PENUTUP

| | |
|-----------------------|----|
| 5.1. Kesimpulan | 72 |
| 5.2. Saran..... | 73 |

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| 1. Tabel 2.1 Pengertian Kualitas dari para Pakar | 21 |
| 2. Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu | 28 |
| 3. Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel..... | 39 |
| 4. Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 50 |
| 5. Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 50 |
| 6. Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 51 |
| 7. Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Toko..... | 52 |
| 8. Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Membeli barang dalam sebulan | 53 |
| 9. Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis barang yang dibeli | 54 |
| 10. Tabel 4.7 Uji Validitas Harga (X1)..... | 55 |
| 11. Tabel 4.8 Uji Validitas Kualitas Produk (X2)..... | 55 |
| 12. Tabel 4.9 Uji Validitas Variasi Produk (X3) | 57 |
| 13. Tabel 4.10 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)..... | 57 |
| 14. Tabel 4.11 Uji Realibilitas | 59 |
| 15. Tabel 4.12 Uji Normalitas..... | 60 |
| 16. Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas | 61 |
| 17. Tabel 4.14 Uji Heteroskedastisitas..... | 62 |
| 18. Tabel 4.15 Uji Regresi Linear Berganda..... | 63 |
| 19. Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinan (R^2) | 64 |
| 20. Tabel 4.17 Uji F | 65 |
| 21. Tabel 4.18 Uji T | 66 |

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... 33

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 Kuesioner..... 78
2. Lampiran 2 Data Tabulasi Kuesioner 86
3. Lampiran 3 Data Penelitian dan Hasil Regresi dengan Program SPSS
..... 88
4. Lampiran 4 Dokumentasi..... 98

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis di zaman sekarang ini memang sudah menjadi suatu hal yang biasa, yang dimana perkembangan zaman semakin maju sehingga membawa dampak pada perubahan yang lebih modern salah satunya adalah perubahan pada dunia bisnis. Adanya perubahan pada dunia bisnis dapat meningkatkan perekonomian yang terjadi pada masyarakat di sekitar, akan tetapi persaingan pada dunia bisnis menjadi ketat, maka dari itu suatu bisnis harus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar agar bisa bertahan dan mempertahankan posisinya. Banyaknya persaingan dalam dunia bisnis membuat setiap para pebisnis harus mempunyai berbagai macam ide kreatif ataupun strategi untuk mengatasi persaingan terutama pada suatu usaha yang bergerak dalam bidang yang sama. Setiap pebisnis umumnya ingin berhasil dalam menjalankan bisnisnya. Oleh karenanya berbagai strategi dijalankan untuk meningkatkan pembelian konsumen. Salah satu strategi yang sedang berkembang dalam dunia bisnis adalah strategi dengan sistem serba tiga lima.

Strategi serba tiga lima merupakan strategi harga yang menjual seluruh jenis barang dengan harga yang sama, yaitu Rp35.000,-. Strategi ini dapat membantu memikat para pembeli, maka dari itu didalam dunia bisnis yang menggunakan sistem serba tiga lima menawarkan produk lebih dari satu, sehingga produk yang ditawarkan dengan sistem ini dapat menjadi alternatif bagi para pembeli yang mencari produk yang diinginkannya dengan mengeluarkan nilai

tukar yang lebih sedikit. Jika nilai tukar yang dikeluarkan lebih sedikit dari biasanya, maka pembeli akan tertarik dengan hal tersebut dan memutuskan untuk melakukan pembelian.

Sebelum memutuskan membeli sesuatu atau tidak, keputusan pembelian merupakan salah satu tahap dalam pemrosesan pembelian suatu barang. Menurut Kotler dan Armstrong, perilaku pembelian konsumen meliputi individu dan keluarga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Rumah tangga membeli barang untuk digunakan sendiri. ¹Keputusan pembelian merupakan hak dari pembeli yang dimana pembeli bebas memilih produk yang akan dibelinya.

Salah satu dari banyaknya faktor pelanggan saat membeli barang atau produk di toko adalah harga. Menurut Philip Kotler, harga barang atau jasa adalah uang yang disembunyikan sebagai ganti keuntungannya bagi konsumen. Selain itu, menurut Harga Monroe, aktivitas ekonomi berbentuk pengorbanan konsumen yang dilakukan untuk ditukar dengan barang atau jasa. ²

Persepsi pelanggan tentang harga, serta beberapa harga saat ini, diperhitungkan saat melakukan pembelian, Bukan harga yang diminta pemasar. Pembeli dapat memilih harga minimum. di bawahnya ditunjukkan kualitas di bawah standar atau di bawah standar, serta harga maksimum, di atas itu biaya dianggap berlebihan dan tidak berharga. ³

¹ Yenni Arfah, *Keputusan Pembelian Produk*, (Indonesia: Inovasi Pratama Internasional, 2022), h.4

² Rabiyyatul Jasiyah, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Suatu Tinjauan Teoritis)*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022), h.117

³ Dewi Wahyu Wardani. “*Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan Pembelian pada Konsumen Pakaian di Toko Serba 35.000 Putra Jaya Garuda Sakti Kilometer 1 Kelurahan Simpang Baru Panam Menurut Ekonomi Syariah*” (Skripsi, UIN Suska Riau, 2019), h.4

Selain mempertimbangkan harga sebelum melakukan keputusan pembelian, pembeli juga mempertimbangkan kualitas sebelum memastikan akan membeli suatu barang yang diinginkannya. Kualitas adalah terpenuhi atau terlampauinya ekspektasi pembeli melalui produk yang diberikan oleh suatu bisnis ataupun usaha, yang dimana pembeli menjadi penilai produk yang ditawarkan berkualitas atau tidak.⁴ Pada buku yang ditulis oleh Djoko Adi Walujo mengutip tulisan dari William Edward Deming dari *Massachusetts Institute of Technology*, “*Quality should be needs of the consumer, present and future*”, yang artinya adalah kualitas harus menjadi kebutuhan konsumen, sekarang dan masa depan. Sedangkan menurut David A. Garvin dari *Harvard Business School*, “*The goods that having the highest quality are the goods that best satisfy (the preference of consumers)*”, artinya yaitu barang yang memiliki kualitas tinggi adalah barang yang memuaskan (preferensi konsumen).⁵

Kualitas yang baik memberikan kepastian kepada pembeli bahwa produk yang dibeli akan memenuhi kebutuhannya baik sekarang maupun dimasa depan (bertahan lama). Sebaliknya, jika kualitasnya di bawah standar, pelanggan akan merasa tidak puas dan kecil kemungkinannya untuk membeli barang yang sama lagi. Akibatnya, dalam dunia bisnis global yang sangat kompetitif, kualitas produk merupakan faktor penting dalam menentukan apakah konsumen akan membelinya atau tidak.

⁴ Budi Harsanto, “*Dasar-Dasar Manajemen Operasi Konsep, Batang tubuh ilmu dan Industri 4.0*,” (Jakarta: Kencana, 2022), h. 99

⁵ Djoko Adi Walujo, dkk. *Pengendalian Kualitas*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), h. 3-4

Dunia bisnis yang kian makin kompetitif memaksa para pelaku usaha untuk berusaha memenuhi tuntutan dan preferensi pelanggan yang beragam dengan menyediakan berbagai versi produk. Variasi produk adalah strategi kompetitif untuk membedakan satu produk dari yang lain atau dari pesaing..⁶ Beragam pilihan dapat membantu menarik perhatian pembeli dan membuat mereka merasa lebih terlibat dalam proses pembelian dikarenakan konsumen-konsumen dapat menentukan variasi yang sesuai dengan kebutuhan serta preferensi mereka. Semakin besar variasi barang yang ditawarkan di suatu lokasi, pelanggan akan semakin puas dan semakin kecil kemungkinan mereka perlu berbelanja di tempat lain. Hal ini menunjukkan bagaimana perubahan produk dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli.

Salah satu kunci sukses komersial adalah kemampuan seorang pebisnis untuk menciptakan berbagai varian produk untuk memenuhi setiap permintaan yang diharapkan. Pada akhirnya, kesuksesan bisnis adalah dengan memberikan pilihan pembeli untuk melakukan pengambilan keputusan terhadap produk yang tersedia.⁷

Sebuah toko yang mengadopsi sistem serba Tiga puluh Lima ribu adalah salah satu usaha atau bisnis yang sekarang tengah berkembang. Bisnis ini begitu pesat perkembangannya di berbagai daerah, Khususnya di Kota Langsa yang dimana sudah ada di beberapa titik di Kota Langsa, yaitu pada Toko Best Serba 35

⁶ Asnawati dan Herning Indriastuti, *Analisis Inovasi Produk dan Orientasi pasar terhadap Kinerja Pemasaran*, (Malang: Literasi Nusantara Abadi, 2022), h.8

⁷ Winda Hapsari,dkk., “Pengaruh Mutu Produk, Persepsi Harga, dan Variasi produk terhadap keputusan Pembelian Konsumen Studi kasus pada Toko Serba 45.000 di Tenggarong” dalam *Jurnal JEMI*, Vol.21 No.2, 2021, h.141

di Jln. A. Yani no.149, Paya Bujok Seulemak, Kecamatan Langsa Baro, Kota Langsa atau tepatnya didepan Asrama Hanura. Toko Istana 35.000 di Jln. Ahmad Yani, Paya Bujok Seulemak, Kecamatan Langsa Baro, Kota Langsa atau tepatnya disamping kantor BPBD Kota Langsa. Toko Sunan 35.000 beralamat di Jl. Jenderal Sudirman, Matang Seulimeng, Kecamatan Langsa Barat, Kota Langsa atau tepatnya didepan MasjidTaqwa.

Toko Best Serba 35, Toko Istana 35.000 dan Toko Sunan 35.000 merupakan toko-tokoyang memiliki harga barang atau produk dengan sangat terjangkau sehingga setiap kalangan yang dimulai dari remaja sampai orang dewasa dapat membeli produk tersebut. Awal kemunculan toko serba Tiga Lima pada Kota Langsa terdapatnya perasaan euforia atau perasaan gembira dan antusiasme yang luar biasa tinggi dalam diri masyarakat, namun dengan berjalannya waktu toko tersebut mulai terlihat kurangnya konsumen yang berbelanja atau tidak seramai awal kemunculan walaupun harga di toko tersebut terbilang sangat terjangkau. Kotler & Armstrong juga menyatakan bahwa hubungan antara harga dan pilihan pembelian adalah semakin tinggi harga maka semakin rendah keputusan pembelian, begitu pula sebaliknya jika harga rendah.⁸

Harga Rp35.000,- ini harusnya membuat para pembeli melakukan keputusan pembelian dikarenakan harga terbilang rendah ataupun murah. Akan tetapi, setelah dilakukan observasi dan survey, terdapat 5 responden yang memberikan tanggapan negatif mengenai toko dengan sistem Tiga Lima ini, yang dimana pada Toko Istana 35.000, Toko Best Serba 35, dan Toko Sunan 35.000

⁸ Maria Agatha, "Analisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung" dalam *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 3(2), 2018, h. 29

terdapatnya beberapa produk yang bisa dianggap mahal dikarenakan pada toko lain yang menjual barang yang sama lebih murah daripada toko tersebut.

Selain harga, permasalahan di Toko yang menggunakan sistem serba Tiga Lima adalah kualitas Produk. Menurut Kotler & Keller yaitu bahwa semakin berkualitas suatu produk, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian dan kualitas yang tinggi merupakan produk yang unggul dalam bersaing untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan dapat membantu menarik konsumen baru. Menurut Yan, Sengputa, dan Wyer dalam buku karya Lily Suryati, pengertian kualitas produk adalah kinerja produk yang diminta pelanggan dalam hal ukuran kemasan, persepsi kualitas, kinerja, dan desain yang benar-benar baik dari sudut pandang konsumen.⁹ Akan tetapi pada Toko Best serba 35, Toko Istana 35.000 dan Toko Sunan 35.000 dapat dikatakan tidak berkualitas pada sebagian barang dikarenakan adanya produk yang mengalami kerusakan akan tetapi keputusan pembelian dapat terbilang tinggi.

Disisi lain, Variasi produk terdapat beberapa macam, yang dimana terdapatnya pakaian, rok, celana, alat rumah tangga seperti baskom sendok dan lain sebagainya yang dapat digunakan oleh perempuan maupun laki-laki. Walaupun banyak variasi produk, pengelola barang pada Toko Best Serba 35 yaitu Afdhal Gaurifah mengatakan bahwa banyak ukuran untuk orang dewasa, tidak memfokuskan pada ukuran anak-anak.¹⁰ Variasi produk yang banyak harusnya membuat para masyarakat berdatangan, yang dimana makin banyak

⁹ Lily Suryati, *Manajemen Pemasaran suatu strategi dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2015), h.23

¹⁰ Afdhal Gaurifah, Pengelola barang pada Toko Best 35 Langsa, Wawancara di Langsa, tanggal 14 Februari 2023

pilihan akan suatu produk makin ramai pembeli. Akan tetapi, menurut Riska, salah satu pembeli Toko yang menggunakan sistem serba Tiga Lima mengatakan “Ada banyak pilihan barang di toko tiga lima walaupun tidak sesuai dengan kebutuhan saya, toko ini hanya menjual beberapa barang saja tiap jenisnya dan kebanyakan pakaian yang berukuran besar.”¹¹ Selain itu, terdapatnya warna ataupun ukuran pada barang yang kurang bervariasi dan ketersediaan produk yang terbatas.

Berdasarkan dengan apa yang telah tertulis di latar belakang di atas maka penulis akan melakukan sebuah penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan sistem Serba Tiga Lima di Kota Langsa”

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang disampingkan diatas, maka masalah yang akan diidentifikasi adalah:

1. Harga yang dapat dikatakan mahal pada sebagian barang yang ditawarkan pada Toko yang menggunakan Sistem Serba Tiga lima di kota Langsa
2. Tidak berkualitasnya suatu produk pada sebagian barang yang ditawarkan akan tetapi tingginya suatu keputusan pembelian pada toko yang menggunakan sistem serba tiga lima di Kota Langsa
3. Variasi produk yang terbilang tidak banyak pada barang yang ditawarkan di toko yang menggunakan sistem serba tiga lima di Kota Langsa

¹¹ Riska Adinda, Pembeli Toko Best 35 Langsa, Wawancara di Langsa, tanggal 14 Februari 2023.

1.3. Batasan Penelitian

Dalam meneliti masalah ini, Berikut ini adalah batasan yang penulis tempatkan pada masalah ini:

1. Bahwasanya dalam penelitian ini yang menjadi fokus penelitian hanya pada Harga, Kualitas, dan Variasi Produk
2. Bahwa toko dengan sistem Tiga Lima yang dimaksud adalah toko yang berfokus pada Pakaian
3. Penelitian ini hanya dilakukan pada toko-toko yang memberikan izin untuk diteliti yaitu pada Toko Best Serba 35, Toko Istana 35.000, dan Toko Sunan 35.000

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar masalah yang ada diatas, muncul beberapa permasalahan dalam benak penulis untuk membahas permasalahan tersebut. Adapun rumusan masalah yang akan di kaji adalah:

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan sistem serba tiga lima di kota Langsa ?
2. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan sistem serba tiga lima di kota Langsa?
3. Apakah variasi produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan sistem serba tiga lima di Kota Langsa ?
4. Apakah Harga, Kualitas, dan Variasi Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan sistem serba tiga lima di Kota Langsa ?

1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1. Tujuan penelitian

Berikut adalah tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dengan sistem serba tiga lima di kota Langsa
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan sistem serba tiga lima di kota Langsa
3. Untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian dengan sistem serba tiga lima di kota Langsa
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian dengan sistem serba tiga lima di Kota Langsa

1.5.2. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan mempunyai beberapa manfaat bagi penulis maupun pihak-pihak yang terkait. Adapun manfaat yang dapat diambil antara lain:

1. Secara Teoritis

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menambah wawasan dan metode analisis keilmuan tentang pengaruh harga, kualitas, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan sistem serba tiga lima di Kota Langsa. Diharapkan bahwa penelitian ini akan bermanfaat bagi akademisi, pelajar, pengajar, dan peneliti di bidang ini.

2. Secara Praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pihak toko yang menggunakan sistem serba tiga lima untuk lebih mengetahui apa saja yang

menjadi kendala pada barang yang ditawarkan. Selain itu, diharapkan dapat membantu pihak pembeli dalam mencari referensi mengenai produk yang ditawarkan pada toko yang menggunakan sistem serba tiga lima.

1.6. Penjelasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman, penulis terlebih dahulu menjelaskan makna frasa atau istilah dengan menggunakan kata-kata kunci dari judul, antara lain.:

1. Keputusan Pembelian

Seorang konsumen harus memutuskan apakah akan benar-benar membeli, mendapatkan, dan menggunakan barang-barang yang diberikan.

2. Harga

Harga adalah jumlah yang akan dibayar konsumen sebagai imbalan atas manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu barang. Ini dapat dilakukan selama proses penawaran oleh pembeli dan penjual, atau dapat diatur oleh penjual dengan harga yang berlaku untuk semua pembeli.¹²

3. Kualitas Produk

Karena konsumen sering mengevaluasi kualitas suatu produk sebelum membelinya, Ketersediaan pelanggan untuk membayar jumlah tertentu sebagai ketidakseimbangan antara biaya dan keuntungan dari memiliki atau memanfaatkan suatu produk. Ini dapat disediakan oleh pembeli atau penjual selama proses penawaran, atau penjual akan

¹² Arif Hidayat, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Sumatera Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021), h.45

memberikannya dengan biaya yang ditetapkan yang berlaku untuk semua pembeli.¹³

4. Variasi Produk

Ragam Produk didefinisikan oleh Mikell P. Groover sebagai "berbagai desain dan jenis produk yang dimiliki Perusahaan."¹⁴

1.7.Sistematika Pembahasan

BAB I, adalah gambaran tentang sejarah masalah, pemecahan masalah, kendala penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat, dan istilah penjas yang diperlukan untuk pengenalan ilmiah.

BAB II, kerangka teori untuk kumpulan teori-teori yang relevan dengan pokok kajian yang akan diterapkan pada analisis data. Dalam studi ini, landasan teoretis keragaman produk, harga, dan kualitas diterapkan pada keputusan pembelian. Selain itu, ada penyelidikan sebelumnya, prinsip panduan, dan hipotesis penelitian.

BAB III, Bab ini menjelaskan metodologi penelitian yang meliputi pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, sumber data penelitian, metode instrumen pengumpulan data, definisi variabel operasional dan metode analisis data. .

BAB IV, Studi atau perdebatan tentang bagaimana harga, kualitas, dan variasi produk sistem serba Tiga Lima memengaruhi keputusan pembelian menyebabkan terciptanya bab ini.

¹³Nilda Tri Putri, *Manajemen Kualitas Terpadu (Konsep, Alat dan Teknik, Aplikasi)*, (Sidoarjo: Indomedia Pustaka, 2018), h. 9

¹⁴Suryadharma,dkk. *Enterpreneurship*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2022), h.

BAB V, Bab terakhir ini merangkum temuan penelitian dan menawarkan rekomendasi dan saran berdasarkan semua informasi yang ditemukan selama penelitian, dengan harapan dapat bermanfaat bagi semua orang.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Toko Serba Tiga lima di Kota Langsa

Toko serba Tiga Lima merupakan toko yang menjadi perbincangan masyarakat, khususnya masyarakat yang berada di Kota Langsa sehingga banyak bermunculan toko dengan harga serba Tiga Lima dengan berbagai macam variasi yang ditawarkan pada toko serba Tiga Lima yang berada di Kota Langsa. Selain hal tersebut, toko serba Tiga Lima paling ramai dikunjungi oleh pembeli pada saat bulan Ramadhan.

Pada penelitian ini terdapat 3 Toko serba Tiga Lima di Kota Langsa yang diobservasi, diantaranya adalah:

1. Toko Best Serba 35

Toko Best Serba 35 beralamat di Jln. A. Yani no.149, Paya Bujok Seulemak, Kecamatan Langsa Baro, Kota Langsa atau tepatnya didepan Asrama Hanura. Toko ini dimiliki oleh seorang wirausahawan yang bernama Nur Maliana, dan toko ini berdiri pada 24 Maret 2022. Toko tersebut mempekerjakan 5 orang yang bekerja dari pagi hingga malam. Selain terletak di Kota Langsa, Toko Best Serba 35 juga terletak di Kuala Simpang, Idi Rayeuk, Bireuen, dan Lhokseumawe dengan menjual berbagai macam variasi produk yang dapat digunakan mulai dari kalangan anak-anak hingga kalangan dewasa.

2. Toko Istana 35.000

Toko Istana 35.000 beralamat di Jln. Ahmad Yani, Paya Bujok Seulemak, Kecamatan Langsa Baro, Kota Langsa atau tepatnya disamping kantor BPBD Kota Langsa. Penanggung jawab toko tersebut sering disapa Putra, dan toko ini berdiri sejak September 2022 dengan berjumlah lebih dari 5 pekerja dan menjual berbagai macam variasi produk yang dapat digunakan mulai dari kalangan anak-anak hingga kalangan dewasa. Toko ini hanya terdapat pada Kota Langsa.

3. Toko Sunan 35.000

Toko Sunan 35.000 beralamat di Jl. Jenderal Sudirman, Matang Seulimeng, Kecamatan Langsa Barat, Kota Langsa atau tepatnya didepan Masjid Taqwa. Toko ini ditanggung jawabkan oleh Lia, dan berdiri sejak 03 Maret 2022 dengan memiliki 4 karyawan yang bekerja setiap harinya dan toko tersebut menjual berbagai macam variasi produk yang dapat digunakan mulai dari kalangan anak-anak hingga kalangan dewasa. Toko ini juga berada di Banda Aceh, Bireun, dan Panton.

4.2. Deskripsi Data Penelitian

Karakteristik responden berdasarkan gender atau jenis kelamin, umur, pekerjaan, toko, berapa kali membeli produk dalam sebulan, dan jenis barang yang dibeli dijabarkan dalam data penelitian.

4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4.1.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| | Frekuensi | Persen | Persen Valid | Persen kumulatif |
|-------------------|-----------|--------|--------------|------------------|
| Valid 1 Laki-laki | 31 | 32.3 | 32.3 | 32.3 |
| 2 Perempuan | 65 | 67.7 | 67.7 | 100.0 |
| Total | 96 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.1, responden laki-laki sebanyak 31 (atau 32,3%), sedangkan responden perempuan sebanyak 65 (atau 67,7%). Akibatnya, responden perempuan memiliki fitur yang paling spesifik gender..

4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berikut adalah karakteristik Responden Berdasarkan Usia:

Tabel 4.2.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

| | Frekuensi | Persen | Persen Valid | Persen kumulatif |
|------------------------|-----------|--------|--------------|------------------|
| Valid 1. 15 – 25 tahun | 41 | 42.7 | 42.7 | 42.7 |
| 2. 26 – 35 tahun | 26 | 27.1 | 27.1 | 69.8 |
| 3. >35 tahun | 29 | 30.2 | 30.2 | 100.0 |
| Total | 96 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Pada Tabel 4.2 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu sebanyak 41 orang atau 42,7% merupakan responden dengan usia 15 – 25 tahun, 26 orang atau 27,1% merupakan responden dengan usia 26 – 35, dan 29 orang atau 30,2% merupakan responden dengan usia > 35. Maka dari itu, responden yang mendominasi pada karakteristik berdasarkan usia adalah responden yang berusia 15 – 25 tahun.

4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berikut adalah karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan:

Tabel 4.3.

Karakter Responden Berdasarkan kategori Pekerjaan

| | Frekuensi | Persen | Persen Valid | Persen kumulatif |
|----------------------|-----------|--------|--------------|------------------|
| 1. Pelajar/mahasiswa | 28 | 29.2 | 29.2 | 29.2 |
| 2.PNS/ASN | 11 | 11.5 | 11.5 | 40.6 |
| 3.Wiraswasta | 19 | 19.8 | 19.8 | 60.4 |
| 4.Lain-lain | 38 | 39.6 | 39.6 | 100.0 |
| Total | 96 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa terdapat 28 responden atau 29,2 % bekerja sebagai Pelajar/Mahasiswa, 11 responden atau 11,5 % bekerja sebagai PNS/ASN, 19 responden atau 19,8% bekerja sebagai Wiraswasta, dan 38 responden atau 39,6% bekerja sebagai lain-lain. Jadi, karakteristik responden berdasarkan pekerjaan didominasi oleh responden yang bekerja pada lain-lain yang tidak disebutkan oleh peneliti.

4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Toko

Adapun karakteristik Responden Berdasarkan Toko adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4.
Karakteristik Responden Berdasarkan Toko

| | Frekuensi | Persen | Persen Valid | Persen Kumulatif |
|-----------------------|-----------|--------|--------------|------------------|
| 1. Toko Best Serba 35 | 36 | 37.5 | 37.5 | 37.5 |
| 2. Toko Istana 35.000 | 42 | 43.8 | 43.8 | 81.2 |
| 3. Toko Sunan 35.000 | 18 | 18.8 | 18.8 | 100.0 |
| Total | 96 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Pada Tabel 4.4 di atas dapat dijelaskan bahwa dari 96 responden, sebanyak 36 responden atau 37,5 % membeli pada Toko Best Serba 35, 42 responden atau 43,8 % membeli pada Toko Istana 35.000, 18 responden atau 18,8% membeli pada Toko Sunan 35.000. Jadi, karakteristik responden berdasarkan toko didominasi oleh responden yang membeli pada Toko Istana 35.000.

4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Membeli barang dalam Sebulan

Berikut karakteristik responden berdasarkan pembelian barang setiap bulannya:

Tabel 4.5.
Karakteristik Responden Berdasarkan Membeli barang dalam
Sebulan

| | Frekuensi | Persen | Valid Persen | Persen kumulatif |
|--------------------|-----------|--------|--------------|------------------|
| Valid 1.1 – 3 kali | 66 | 68.8 | 68.8 | 68.8 |
| 2.4 – 5 kali | 16 | 16.7 | 16.7 | 85.4 |
| 3.> 5 kali | 14 | 14.6 | 14.6 | 100.0 |
| Total | 96 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Pada Tabel 4.5 di atas dapat dijelaskan bahwa dari 96 responden, sebanyak 66 responden atau 68,8 % membeli barang dalam sebulan sebanyak 1 – 3 kali, 16 responden atau 16,7 % membeli barang dalam sebulan sebanyak 4 – 5 kali, 14 responden atau 14,6% membeli barang dalam sebulan sebanyak > 5 kali. Jadi, karakteristik responden berdasarkan membeli barang dalam sebulan didominasi oleh responden yang membeli sebanyak 1 – 3 kali.

4.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Barang Yang Dibeli

Adapun karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Barang yang dibeli adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6.
Karakteristik Responden berdasarkan jenis barang yang dibeli

| | Frekuensi | Persen | Persen valid | Persen kumulatif |
|--------------------------|-----------|--------|--------------|------------------|
| Valid 1.Pakaian | 52 | 54.2 | 54.2 | 54.2 |
| 2.Rok/Celana | 24 | 25.0 | 25.0 | 79.2 |
| 3.Peralatan Rumah tangga | 20 | 20.8 | 20.8 | 100.0 |
| Total | 96 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Pada tabel 4.6 menunjukkan terdapat 52 Responden atau 54,2% membeli jenis barang pakaian, 24 Responden atau 25,0% membeli jenis barang Rok/Celana, 20 Responden atau 20,8% membeli jenis barang Peralatan Rumah tangga. Jadi, mayoritas karakteristik responden berdasarkan jenis barang yang dibeli adalah responden yang membeli pakaian.

4.3. Uji Instrumen Penelitian

4.3.1. Uji Validitas

Menemukan validitas setiap pertanyaan dalam kuesioner peneliti merupakan tujuan dari uji validitas. Korelasi item total adalah teknik yang diterapkan, yang mengkorelasikan total semua skor item. Tes validasi menghasilkan hasil selanjutnya :

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1)

| Item Pertanyaan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|---|--------------|-------------|------------|
| Toko ini memiliki harga yang bisa dijangkau oleh semua kalangan atau semua konsumen | 0,715 | 0,199 | Valid |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| Harga yang ditawarkan setara dengan kualitas barang yang diterima | 0,715 | 0,199 | Valid |
| Barang yang berada di toko memberikan harga yang sesuai dengan manfaat yang diberikan | 0,784 | 0,199 | Valid |
| Jika dibandingkan dengan toko lain yang menjual barang yang sama, harga Tigalima sangat menggiurkan. | 0,855 | 0,199 | Valid |

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.7 diperoleh bahwa hasil uji validitas variabel harga memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,199. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa seluruh item pertanyaan mengenai harga adalah valid sehingga dapat digunakan di dalam penelitian.

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk(X2)

| Item Pertanyaan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|---|--------------------------------|-------------------------------|-------------------|
| Kualitas barang sangat baik dan sesuai dengan standar yang diharapkan | 0,698 | 0,199 | Valid |
| Saya membeli di toko ini karena terdapatnya barang yang sesuai dengan trend | 0,744 | 0,199 | Valid |
| Tidak adanya kekurangan pada barang yang ditawarkan | 0,723 | 0,199 | Valid |
| Barang pada toko ini memiliki masa pakai | | | |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| yang cukup lama | 0,739 | 0,199 | Valid |
| Barang yang ditawarkan sangat dapat diandalkan karena tidak adanya kerusakan | 0,796 | 0,199 | Valid |
| Penampilan pada barang memiliki desain yang menarik dan elegan | 0,705 | 0,199 | Valid |
| Saya memilih membeli di toko ini karena kualitas barang yang ditawarkan lebih baik dari toko lainnya | 0,672 | 0,199 | Valid |

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa hasil pengujian dari validitas variabel Kualitas Produk mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,199. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa seluruh item pertanyaan mengenai Kualitas Produk adalah valid sehingga dapat digunakan di dalam penelitian.

Tabel 4.9

Hasil Uji Validitas Variabel Variasi Produk(X3)

| Item Pertanyaan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|---|--------------|-------------|------------|
| Ukuran pada barang yang ditawarkan sesuai dengan harapan saya | 0,843 | 0,199 | Valid |
| Saya cenderung membeli produk dengan harga tiga lima meskipun kualitas pada barang tidak sebaik barang yang lebih mahal | 0,770 | 0,199 | Valid |
| Walaupun barang yang saya inginkan | | | |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| terkadang tidak ada, saya tidak pernah batal untuk membeli | 0,862 | 0,199 | Valid |
|--|-------|-------|-------|

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan dari tabel 4.9 diperoleh bahwa hasil pengujian dari validitas variabel Variasi Produk memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,199. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa seluruh item pertanyaan mengenai Variasi Produk adalah valid sehingga dapat digunakan di dalam penelitian.

Tabel 4.10

Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

| Item Pertanyaan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|--|--------------------------------|-------------------------------|-------------------|
| Saya merasa barang yang ditawarkan tidak mudah rusak meskipun digunakan secara terus-menerus. | 0,771 | 0,199 | Valid |
| Barang yang dijual sangat sesuai dengan kebutuhan dalam aktivitas sehari-hari, maka dari itu saya sering berbelanja disini | 0,764 | 0,199 | Valid |
| Saya membeli kembali pada barang yang ditawarkan karena barang tersebut sesuai dengan harapan saya | 0,848 | 0,199 | Valid |

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan dari Tabel 4.10 diperoleh bahwa hasil dari pengujian validitas variabel Keputusan Pembelian memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,199.

Maka, dapat dikatakan bahwa seluruh item pertanyaan mengenai Keputusan Pembelian adalah valid sehingga dapat digunakan di dalam penelitian.

4.3.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menentukan pengaruh probe terhadap hasil dan seberapa baik perangkat mampu memberikan hasil yang konsisten dari pengukuran berulang. Uji reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's alpha dengan threshold lebih besar dari 0,60. Berikut hasil uji reliabilitasnya:

Tabel 4.11
Hasil Uji Realibilitas

| Variabel | <i>Cronbach Alpha's</i> | Standar Alpha | Keterangan |
|-------------------------|-------------------------|---------------|------------|
| Harga (X1) | 0,760 | 0,60 | Reliabel |
| Kualitas Produk (X2) | 0,848 | 0,60 | Reliabel |
| Variasi Produk (X3) | 0,752 | 0,60 | Reliabel |
| Keputusan Pembelian (Y) | 0,709 | 0,60 | Reliabel |

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha's* variabel Harga adalah 0,760, Variabel Kualitas Produk adalah 0,848, Variabel Variasi Produk adalah 0,752, dan Variabel Keputusan Pembelian adalah 0,709 sehingga seluruh variabel dikatakan reliabel dikarenakan memiliki nilai yang lebih besar dari 0,60.

4.4. Uji Asusmsi Klasik

4.4.1. Uji Normalitas

Distribusi normal dari data ditentukan dengan uji normalitas. Pada penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Hasil uji normalitas tabel Kolmogorov-Smirnov tercantum di bawah ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | | Unstandardized Residual |
|--------------------------------|-------------------------|-------------|-------------------------|
| N | | | 96 |
| Normal Parameters ^a | Mean | | .0000000 |
| | Std. Deviation | | .93172846 |
| Most Extreme Differences | Absolute | | .128 |
| | Positive | | .128 |
| | Negative | | -.085 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | | 1.259 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | | .084 |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) | Sig. | | .078 ^c |
| | 99% Confidence Interval | Lower Bound | .071 |
| | | Upper Bound | .084 |

a. Test distribution is Normal.

c. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Sumber : Hasil Perhitungan data, 2023

Hasil Penelitian pada Tabel 4.12 yaitu tabel uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai pada baris Monte Carlo Sig.(2-tailed) sebesar $0,078 > 0,05$ sehingga data dinyatakan berdistribusi normal.

4.4.2. Uji Multikolinearitas

Analisis yang dikenal sebagai uji multikolinearitas dibuat untuk memeriksa apakah model regresi mendeteksi hubungan antara variabel independen. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 atau dibawah 10 dan nilai Tolerance tidak kurang atau harus diatas dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas. Adapun hasil dari pengujiannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | 3.379 | 1.022 | | 3.306 | .001 | | |
| Harga_X1 | .204 | .060 | .283 | 3.386 | .001 | .822 | 1.216 |
| Kualitas Produk_X2 | .154 | .038 | .424 | 4.075 | .000 | .531 | 1.885 |
| Variasi Produk_X3 | .086 | .069 | .127 | 1.255 | .213 | .563 | 1.776 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian_Y

Sumber : Hasil Perhitungan data, 2023

Nilai VIF pada X1 yaitu variabel Harga adalah $1.216 < 10$ dan nilai *tolerance* $0.822 > 0,1$. Nilai VIF pada X2 atau variabel Kualitas Produk adalah $1.855 < 10$ dan nilai *tolerance* $0.531 > 0,1$. Nilai VIF pada X3 atau Variasi

Produk adalah $1.776 < 10$ dan nilai *tolerance* $0.531 > 0,1$. Berdasarkan tabel diatas pada kolom *Collinearity Statistic*, nilai VIF dari ketiga variabel independen adalah < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

4.4.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menentukan ada atau tidaknya ketidaksamaan varians dalam model regresi dari satu pengamatan residual ke pengamatan lainnya. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas menggunakan glejser yang dimana apabila nilai sig $> 0,05$ (5%) maka dapat dipastikan tidak terdapat heteroskedastisitas. Adapun hasil dari pengujiannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | -.624 | .683 | | -.913 | .364 |
| Harga_X1 | .074 | .040 | .206 | 1.838 | .069 |
| Kualitas Produk_X2 | -.007 | .025 | -.040 | -.287 | .775 |
| Variasi Produk_X3 | .020 | .046 | .059 | .433 | .666 |

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian_Y

Sumber : Hasil Perhitungan data, 2023

Nilai sig. pada X1 atau Harga adalah $0,069 > 0,05$. Nilai sig. pada X2 atau Kualitas Produk adalah $0,775 > 0,05$. Nilai sig. pada X3 atau Variasi Produk adalah $0,666 > 0,05$. Menurut nilai yang signifikan dari ketiga variabel independen dapat disimpulkan bahwa tidak adanya heteroskedastisitas.

4.5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil regresi linier berganda disajikan pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.15
Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | (Constant) | 3.379 | 1.022 | | 3.306 | .001 |
| | Harga_X1 | .204 | .060 | .283 | 3.386 | .001 |
| | Kualitas Produk_X2 | .154 | .038 | .424 | 4.075 | .000 |
| | Variasi Produk_X3 | .086 | .069 | .127 | 1.255 | .213 |

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian_Y

Sumber: Data Olahan SPSS Ver.16, 2023

Dari tabel diatas, maka persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = 3.379 + 0.204 (X1) + 0.154 (X2) + 0.086 (X3)$$

Dimana:

Y : Keputusan Pembelian

X₁ :Harga

X₂ :Kualitas Produk

X₃ :Variasi Produk

Dari Persamaan diatas, dapat diartikan dan diambil keputusan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta persamaan diatas adalah 3,379. Angka tersebut menunjukkan variabel dependen apabila variabel independen bernilai nol.
- b. Apabila harga ditingkatkan 100% maka keputusan pembelian akan meningkat 20.4%
- c. Apabila kualitas produk ditingkatkan 100% maka keputusan pembelian akan meningkat 15.4%
- d. Apabila variasi produk ditingkatkan 100% maka keputusan pembelian akan meningkat 8.6%

4.6. Uji Hipotesis

4.6.1. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Uji R^2 yaitu uji yang untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan nilai adjust R^2 . Adapun hasil uji R^2 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .686 ^a | .470 | .453 | .947 |

a. Predictors: (Constant), Variasi Produk_X3, Harga_X1, Kualitas Produk_X2

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian_Y

Sumber: Data Olahan SPSS Ver.16, 2023

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai R^2 adalah 0,453 atau 45,3%. Hasilnya, 45,3% nilai keputusan pembelian ditentukan oleh harga, kualitas, dan variasi produk.

4.6.2. Uji F

Untuk melihat pengaruh simultan dari dua variabel, yaitu. H. untuk menentukan variabel bebas dan terikat dilakukan uji F . Jika nilai signifikansi F lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor independen mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan. Berikut adalah hasil Uji F:

Tabel 4.17

Hasil Uji F

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 73.268 | 3 | 24.423 | 27.245 | .000 ^a |
| | Residual | 82.471 | 92 | .896 | | |
| | Total | 155.740 | 95 | | | |

a. Predictors: (Constant), Variasi Produk_X3, Harga_X1, Kualitas Produk_X2

b. Dependent Variable: Kaputusan pembelian_Y

Sumber: Data Olahan SPSS Ver.16, 2023

Berdasarkan Tabel Hasil Uji F di atas, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} yaitu 27,245 dan nilai F_{tabel} yaitu 2,70 ($27,245 > 2,70$) dan nilai F sig. 0,000. Oleh karena nilai F sig. $< 0,05$ ($0,000 < 0,005$) maka dapat dinyatakan bahwa harga, kualitas, dan variasi produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan sistem serba Tigalima di Kota Langsa. Dengan demikian, maka hipotesis H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak.

4.6.3. Uji T

Adapun hasil uji T adalah sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Uji T
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 3.379 | 1.022 | | 3.306 | .001 |
| TotX1 | .204 | .060 | .283 | 3.386 | .001 |
| TotX2 | .154 | .038 | .424 | 4.075 | .000 |
| TotX3 | .086 | .069 | .127 | 1.255 | .213 |

a. Dependent Variable: TotY

Sumber: Data Olahan SPSS Ver.16, 2023

Berdasarkan Tabel 4.18 maka hasil uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan sistem serba Tigalima

Dari hasil pengujian secara parsial bahwa nilai t_{hitung} 3,386 sedangkan t_{tabel} 1,66088 atau ($3,386 > 1,66088$) dan nilai sig. pada harga adalah $0.001 < 0.05$. Sehingga harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan sistem serba Tigalima di Kota Langsa. Dengan demikian, hipotesis H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan sistem serba Tigalima

Dari hasil pengujian secara parsial bahwa nilai t_{hitung} 4,075 sedangkan t_{tabel} 1,66088 atau ($4,075 > 1,66088$) dan nilai sig. pada kualitas produk adalah $0,000 < 0,05$. Sehingga kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan sistem serba Tiga Lima di Kota Langsa. Dengan demikian, hipotesis H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak.

3. Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan sistem serba Tiga Lima

Dari hasil pengujian secara parsial bahwa nilai t_{hitung} sebesar 1,255 sedangkan t_{tabel} 1,66088 atau ($1,255 < 1,66088$) dan nilai sig. pada variasi produk adalah $0,213 > 0,05$. Sehingga variasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan sistem serba Tiga Lima di Kota Langsa. Dengan demikian, hipotesis H_{a3} ditolak dan H_{03} diterima.

4.7. Interpretasi Hasil Penelitian

1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Sistem Serba Tiga Lima di Kota Langsa

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Nilai signifikan untuk harga sebesar $0,001 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan sistem serba tiga lima di Kota Langsa

Saat memilih produk, responden Toko Tiga Lima mempertimbangkan harga di antara faktor lainnya. Ini dikarenakan pada

berbagai kalangan termasuk orang dewasa dan remaja, dapat melakukan pembelian di toko tersebut. Walaupun harga yang ditawarkan terjangkau atau dapat dikatakan murah, akan tetapi manfaat dan kualitasnya dapat mengimbangi produk yang harganya lebih mahal atau harga diatas Rp35.000. Tidak mengecewakan, harga dan manfaat yang didapatkan dari toko yang menggunakan sistem serba tigalima adalah sesuai, maksudnya adalah barang yang ditawarkan pada toko tersebut tidak sekedar berharga murah namun juga memberikan manfaat yang bagus. Responden memilih harga sebagai salah satu pengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko tiga lima adalah karena harga pada toko tersebut tergolong murah dibandingkan dengan toko lainnya yang berada di Kota Langsa, Harga dan manfaat sesuai, dan harga yang ditawarkan juga sesuai dengan keadaan ekonomi penduduk Indonesia.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yenni Remita Fitrianty yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada Soraya Shop Plaju Palembang.⁷¹ Begitu pula dengan penelitian Putri Puspita yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli busana muslim di Kota Langsa.⁷²

⁷¹Yenni Remita Fitrianty, "Pengaruh Harga, Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Soraya Shop Plaju Palembang" (Skripsi, UIN Raden Fateh Palembang, 2018)

⁷²Putri Puspita, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan harga terhadap keputusan konsumen membeli busana muslim di Kota Langsa" (Skripsi, IAIN Langsa, 2022)

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Sistem Serba Tigelima di Kota Langsa

Berdasarkan hipotesis, Sistem Serba Tigelima pada Keputusan Pembelian Kota Langsa dipengaruhi oleh Variabel Kualitas Produk. Nilai signifikan untuk kualitas produk sebesar $0,000 < 0.05$, hasil penelitian menunjukkan H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Oleh karena itu, serba tiga lima Kota Langsa menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa jika produk memiliki kualitas yang lebih tinggi maka pelanggan akan lebih cenderung memilih untuk membelinya dari toko-toko di Kota Langsa yang menggunakan sistem serba tiga lima.

Hal ini sejalan dengan penelitian Ridho Saputra yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan yang diambil di Label Store Pekanbaru.⁷³ Selain penelitian Ridho Saputra, penelitian Indah Arifatul Hidayah menyatakan bahwa kualitas produk memiliki faktor signifikan dalam pilihan belanja pelanggan di toko pakaian Jassy di ITC Surabaya.⁷⁴

3. Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Sistem Serba Tigelima di Kota Langsa

Berdasarkan hipotesis dari penelitian bahwa variabel dari variasi produk tidak mempengaruhi keputusan konsumen atau pembeli untuk

⁷³Ridho Saputra, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Label Store Pekanbaru" (Skripsi, Universitas Islam Riau, 2020)

⁷⁴Indah arifatul hidayah, "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian pelanggan pada toko pakaian Jassy ITC Surabaya" dalam *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol.11 No.11, 2022

mengambil keputusan pembelian dengan sistem serba tigalima di Kota Langsa. Nilai signifikan untuk variasi produk sebesar $0,213 > 0,05$, hasil penelitian menunjukkan H_{03} diterima dan H_{a3} ditolak.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan pembeli pada toko serba tiga lima yang berada di Kota Langsa yaitu Ibu Yatina, yang menyatakan bahwa barang pada toko tiga lima memiliki keterbatasan variasi produk sehingga barang yang sesuai dengan yang diharapkan tidak ada.⁷⁵ Selain hal tersebut, menurut salah satu pembeli yang pernah membeli di toko serba tiga lima, yaitu Sipta mengatakan bahwa tidak memperhatikan berbagai variasi dikarenakan membeli barang pada toko tiga lima hanya berfokus pada barang yang dibutuhkan saja dari segi jenis barang, warna, ataupun ukuran.⁷⁶ Dan terdapat juga pembeli yang mengatakan bahwa tetap membeli suatu barang pada toko tiga lima dikarenakan tidak adanya pilihan lain walaupun barang yang diinginkan tidak ada dan kondisi keuangan hanya mencukupi untuk melakukan suatu pembelian pada toko tiga lima di Kota Langsa. Selain hal tersebut, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwasanya terdapat hadiah pada tiap barang yang ditawarkan sehingga para pembeli tetap melakukan suatu pembelian pada toko serba tiga lima yang berada di Kota Langsa

Hal ini bertolak belakang dengan penelitian Winda Hapsari, Yonathan Palingg, dan Idham, yang menyatakan bahwa variasi produk

⁷⁵ Ibu Yatina, Pembeli Toko Tiga Lima Langsa, Wawancara di Toko Tiga Lima Langsa, Pada tanggal 24 Mei 2023

⁷⁶ Sipta, Pembeli Toko Tiga Lima Langsa, Wawancara di Toko Tiga Lima Langsa, Pada tanggal 24 Mei 2023

berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Serba 45.000 di Tenggarong.⁷⁷

4. Pengaruh Harga, Kualitas, dan Variasi produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Sistem Serba Tiga lima di Kota Langsa

Berdasarkan hipotesis diketahui bahwa faktor harga, kualitas, dan variasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Kota Langsa dengan menggunakan pendekatan tiga putaran. 0,05 adalah nilai yang signifikan., hasil dari penelitian menunjukkan H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa harga, kualitas, dan variasi produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Winda Hapsari, Yonathan Mostgi, dan Idham, yang menyatakan bahwa mutu produk, persepsi harga, dan variasi produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Serba 45.000 di Tenggarong.⁷⁸

⁷⁷ Winda Hapsari,dkk., “Pengaruh Mutu Produk, Persepsi Harga, dan Variasi produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus pada Toko Serba 45.000 di Tenggarong” dalam *Jurnal JEMI*, Vol.21 No.2, 2021

⁷⁸*Ibid*

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Beberapa kesimpulan dapat ditarik berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang diberikan pada bab sebelumnya, antara lain:

1. Hipotesis pertama (H_{a1}) menyatakan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Dimana t_{hitung} sebesar 3,386 sedangkan t_{tabel} 1,66088 atau ($3,386 > 1,66088$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) yang artinya adalah signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa harga akan dapat meningkatkan keputusan pembelian.
2. Hipotesis kedua (H_{a2}) menyatakan bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Dimana t_{hitung} sebesar 4,075 sedangkan t_{tabel} 1,66088 atau ($4,075 > 1,66088$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) yang artinya adalah signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk akan dapat meningkatkan keputusan pembelian.
3. Hipotesis ketiga (H_{03}) menyatakan bahwa variabel variasi produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dimana t_{hitung} sebesar 1,255 sedangkan t_{tabel} 1,66088 atau

($1,255 < 1,66088$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,213 lebih besar dari 0,05 ($0,213 > 0,05$) yang artinya adalah tidak signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variasi produk tidak menjamin keputusan pembelian.

4. Harga, kualitas, dan variasi produk secara simultan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji F, dimana nilai F_{hitung} yaitu 27,245 dan nilai F_{tabel} yaitu 2,70 ($27,245 > 2,70$) dan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti signifikan.

5.2. Saran

1. Bagi akademisi, disarankan agar dapat menjadi referensi kajian akademik Institut Agama Islam Negeri Langsa. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan agar dapat menambah variabel independen seperti variabel lokasi ataupun doorprize yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian sehingga hasil yang diperoleh dapat memperkuat penelitian yang ada. Disarankan juga bagi pelajar, diharapkan dapat menjadi sarana untuk menambah ilmu dan wawasan dalam hal-hal yang mempengaruhi keputusan pembelian pada toko serba tiga lima.
2. Bagi pihak toko, dari hasil penelitian variabel harga dan variabel kualitas produk sudah memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap keputusan pembelian, maka untuk setiap toko yang menggunakan sistem serba tiga lima harus mempertahankan penilaian pembeli terhadap harga dan kualitas produk. Pada Variasi Produk, ada baiknya

menyediakan lebih banyak pilihan dan melakukan pemantauan pada persediaan produk sehingga para pembeli semakin tertarik untuk melakukan suatu pembelian. Sedangkan bagi pihak pembeli, diharapkan bijak dalam melakukan pembelian di toko tiga lima dengan memeriksa kualitas barang dan memanfaatkan berbagai keragaman produk yang ditawarkan di toko tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfah, Yenni. *Keputusan Pembelian Produk*, Indonesia: Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Asnawati., & Herning Indriastuti. *Analisis Inovasi Produk dan Orientasi pasar terhadap Kinerja Pemasaran*, Malang: Literasi Nusantara Abadi, 2022.
- Fauzy, Akhmad. *Metode Sampling*, Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2019.
- Fitria, Norma. *Manajemen Operasional Produksi dan Operasi*, Bandung: Media Sains Indonesia, 2022.
- Fitrianty, Yenni Remita. *Pengaruh Harga, Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Soraya Shop Plaju Palembang*. Skripsi. UIN Raden Fateh Palembang, 2018.
- Hapsari, Winda., Yonathan Palinggi., & Idham.,dkk. Pengaruh Mutu Produk, Persepsi Harga, dan Variasi produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus pada Toko Serba 45.000 di Tenggarong. *JEMI* 21 (2), 2021.
- Harsanto, Budi. *DASAR-DASAR MANAJEMEN OPERASI Konsep, Batang tubuh ilmu dan Industri 4.0*, Jakarta: Kencana, 2022.
- Hidayah, Indah Arifatul., & Anton Eko Yulianto. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan

- pada Toko Pakaian Jassy (ITC Surabaya), *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 11 (11), 2022.
- Hidayat, Arif. *Studi Kelayakan Bisnis*, Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Jasiyah, Rabiatul. *Pengantar Ilmu Ekonomi (Suatu Tinjauan Teoritis)*, Bandung: Media Sains Indonesia, 2022.
- Kasmir. *Kewirausahaan*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014.
- Mukhid, Abd. *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, Surabaya: Jakad Media Publishing, 2021.
- Ovan dan Andika saputra. *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian berbasis Web*, Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2020.
- Pradwika, Disa Fitri., dan Sudharto P. hadi,. Pengaruh Promosi Kreatif dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen E-Commerce Zalora.co.id Studi Kasus pada konsumen di Kota Jakarta. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 2018.
- Purnomo, Albert Kurniawan. *Pengolahan Riset Ekonomi jadi mudah dengan IBM SPSS*, Surabaya: Jakad Publishing, 2019.
- Puspita, Putri. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan harga terhadap keputusan konsumen membeli busana muslim di Kota Langsa* (Skripsi). IAIN Langsa, 2022.

- Putri, Nilda Tri. *Manajemen Kualitas Terpadu (Konsep, Alat dan Teknik, Aplikasi)*, Sidoarjo: Indomedia Pustaka, 2018.
- Rahmawati. *Apa Saja Variabel penelitian dalam Bidang Marketing ???Panduan bagi Peneliti Pemula*, Yogyakarta : Mulawarman University PRESS, 2022.
- Raziqi, Ahmad., & Nikmatul masruroh. *Teori Permintaan dalam kajian Marshallin dan Ekonomi Islam*, Surabaya: Jakad Media Publishing, 2019.
- Riyono., dan Gigih. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Jurnal STIE Semarang* 8 (2), 2016.
- Saputra, Ridho. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Label Store Pekanbaru (Skripsi)*. Universitas Islam Riau, 2020.
- Saragih, Megasari Gusandra., Liharman Saragih., Johannes Wilfrid Pangihutan Purba., dan Pawan Darasa Panjaitan. *Metode penelitian Kuantitatif: Dasar-dasar memulai Penelitian*, Indonesia: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Sawlani, Dhiraj Kelly. *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan, dan Kepercayaan*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*, Yogyakarta: ANDI, 2016.
- Sugiyono. *Metode penelitian Kombinasi*, Bandung, Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017.

- Supriadi. *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*, Indonesia: Guepedia Publisher, 2018.
- Suryadharma., & Shiето. *Enterpreneurship*, Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2022.
- Tonce, Yosef., & Yoseph Darius Purnama Rangga. *Minat dan Keputusan pembelian tinjauan melalui persepsi harga dan kualitas produk*, Indramayu: Adanu Abimata, 2022.
- Unaradjan, Dominikus Dolet. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta : Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019.
- Walujo, Djoko Adi., Titiek Koesdijiati., & Yitno Utomo., *Pengendalian Kualitas*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020.
- Wardani, Dewi Wahyu. *Pengaruh Kualitas produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Pakaian di Toko Serba 35.000 Putra Jaya Garuda Sakti Kilometer 1 Kelurahan Simpang Baru Panam Menurut Ekonomi Syariah*. Skripsi. UIN Suska Riau, 2019.
- Warsito, Chandra., Iin Solikhin., & Nida Umi Farhah. *Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Terhadap Jasa Ojek Online*, Malang: Literasi Nusantara Abadi, 2022.
- Wibisono, Ekky Suti. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo* (Skripsi). Universitas Bhayangkara Surabaya. Yomit, Zulian. (2018). *Manajemen Kualitas Barang dan Jasa, Cet. Ke-6*, Yogyakarta : EKONISIA, 2019.

Lampiran 1 : Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth, Pembeli Toko 35

Di Tempat,

Saya Mahasiswa IAIN Langsa, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam,
Program Studi Ekonomi Syariah.

Nama : Alma Andara Putri

NIM : 4022019001

Melalui surat pengantar ini memohon kepada Bapak/Ibu/Saudara, untuk berkenan mengisi Kuesioner ini dengan Judul Penelitian “Pengaruh Harga, Kualitas, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Sistem Serba Tiga Lima Kota Langsa”. Jawaban Bapak/Ibu/Saudara Sangat membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.

Demikian yang dapat saya sampaikan, Atas waktunya saya ucapkan
Terima Kasih

Hormat Saya,

Alma Andara Putri

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH HARGA, KUALITAS, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN SISTEM SERBA TIGA LIMA KOTA LANGSA

A. Identitas Responden

Isilah Identitas Anda dengan mengisi bagian titik-titik yang disediakan dan berilah tanda (\checkmark) pada kotak alternatif yang sudah disediakan.

1. Nama Lengkap :..... (*boleh tidak diisi)
2. Alamat :.....
3. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
4. Usia : 15 - 25 tahun 26 - 35 tahun > 35 tahun
5. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa PNS/ASN
 Wiraswasta Lain-lain
6. Membeli barang pada toko : Toko Best Serba 35 Toko Istana 35.000
 Toko Serba 35.000
7. Berapa kali membeli Barang di Toko ini selama sebulan : 1 - 3 kali
 3 - 5 kali > 5 kali
8. Jenis Barang yang dibeli : Pakaian Rok/Celana
 Peralatan Rumah Tangga

PETUNJUK PENGISIAN

B. Kuesioner

Pilihlah Jawaban yang menurut Anda paling tepat dengan memberikan tanda \checkmark dengan keterangan sebagai berikut :

SS = Sangat Setuju

TS = Tidak Setuju

S = Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

KS =Kurang Setuju

Contoh Pengisian Kuesioner :

| No. | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS |
|-----|--|--------------|---|----|----|-----|
| 1 | Harga yang ditawarkan setara dengan kualitas barang yang diterima. | \checkmark | | | | |

Apabila ingin mengganti atau mengubah ataupun salah dalam memilih jawaban, maka dapat dicoret saja. Kemudian, \checkmark pada kolom yang ingin anda pilih. Seperti contoh dibawah ini :

| No. | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS |
|-----|---|------------------------------------|---|--------------|----|-----|
| 1 | Harga yang ditawarkan setara dengan kualitas barang yang diterima | \checkmark | | \checkmark | | |

Berikan tanda (\checkmark) pada kolom jawaban yang telah disediakan seperti contoh diatas.

| Variabel | No. | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS | |
|-------------------------------|-----|------------|---|---|----|----|-----|--|
| Keputusan Pembelian (Y) | 1 | 1 | Saya merasa barang yang ditawarkan tidak mudah rusak meskipun digunakan secara terus-menerus sehingga saya memutuskan untuk membeli di Toko ini | | | | | |
| | 2 | 2 | Saya membeli kembali pada barang yang ditawarkan karena barang tersebut sesuai dengan harapan saya | | | | | |
| | 3 | 3 | Barang yang dijual sangat sesuai dengan kebutuhan dalam aktivitas sehari-hari, maka dari itu saya sering berbelanja disini | | | | | |

| Variabel | | No. | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS |
|---------------|---|-----|--|----|---|----|----|-----|
| Harga (X1) | 1 | 4 | Toko ini memiliki harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan. | | | | | |
| | 2 | 5 | Barang yang berada di toko ini memberikan harga yang sesuai dengan manfaat yang diberikan | | | | | |
| | 3 | 6 | Harga Tigalima sangat memikat perhatian dibandingkan toko lain yang menjual barang yang sama | | | | | |
| | 4 | 7 | Harga yang ditawarkan setara dengan kualitas barang yang diterima. | | | | | |

| Variabel | | No. | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS |
|----------------------|---|-----|--|----|---|----|----|-----|
| Kualitas Produk (X2) | 1 | 8 | Kualitas barang sangat baik dan sesuai dengan standar yang diharapkan | | | | | |
| | 2 | 9 | Penampilan pada barang memiliki desain yang menarik dan elegan | | | | | |
| | 3 | 10 | Barang yang ditawarkan sangat dapat diandalkan karena tidak adanya kerusakan | | | | | |
| | 4 | 11 | Tidak adanya kekurangan pada barang yang ditawarkan | | | | | |
| | 5 | 12 | Barang pada toko ini memiliki masa pakai yang cukup lama | | | | | |

| Variabel | | No. | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS |
|----------------------|---|-----|--|----|---|----|----|-----|
| Kualitas Produk (X2) | 6 | 13 | Saya memilih membeli di toko ini karena kualitas barang yang ditawarkan lebih baik dari toko lainnya | | | | | |
| | 7 | 14 | Saya membeli di toko ini karena barang yang sesuai dengan trend | | | | | |

| Variabel | | No. | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS |
|---------------------|---|-----|--|----|---|----|----|-----|
| Variasi Produk (X3) | 1 | 15 | Saya cenderung membeli produk dengan harga titalima meskipun kualitas pada barang tidak sebaik barang yang lebih mahal | | | | | |
| | 2 | 16 | Ukuran pada barang yang ditawarkan sesuai dengan harapan saya | | | | | |
| | 3 | 17 | Walaupun barang yang saya inginkan terkadang tidak ada, saya tidak pernah batal untuk membeli | | | | | |

Lampiran 2 : Data Tabulasi Kuesioner

| Responden | GENDER | USIA | PEKERIAAN | TOKO | BELI | BARANG | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | TotX1 | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2.6 | X2.7 | TotX2 | X3.1 | X3.2 | X3.3 | TotX3 | Y1 | Y2 | Y3 | TotY |
|-----------|--------|------|-----------|------|------|--------|------|------|------|------|-------|------|------|------|------|------|------|------|-------|------|------|------|-------|----|----|----|------|
| 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 29 | 4 | 5 | 3 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 2 | 5 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 23 | 3 | 5 | 2 | 10 | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 3 | 2 | 1 | 4 | 2 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 4 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 5 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 29 | 4 | 5 | 5 | 14 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 6 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 2 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 25 | 4 | 5 | 2 | 11 | 3 | 3 | 4 | 10 |
| 7 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 26 | 4 | 3 | 3 | 10 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 8 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 25 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 9 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 31 | 4 | 5 | 5 | 14 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 10 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 2 | 3 | 3 | 12 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 11 | 2 | 1 | 1 | 4 | 3 | 3 | 2 | 8 |
| 11 | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 25 | 3 | 5 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 12 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 5 | 3 | 4 | 4 | 16 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 26 | 4 | 4 | 4 | 12 | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 13 | 2 | 2 | 4 | 2 | 1 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 31 | 4 | 4 | 4 | 12 | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 14 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 26 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 15 | 2 | 1 | 4 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 16 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 29 | 5 | 4 | 4 | 13 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 17 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 5 | 3 | 5 | 4 | 17 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 32 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 18 | 2 | 2 | 4 | 2 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 3 | 4 | 11 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 19 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 20 | 4 | 3 | 3 | 10 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 20 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 2 | 26 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 21 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 23 | 3 | 4 | 5 | 12 | 4 | 3 | 3 | 10 |
| 22 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 26 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 23 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 30 | 5 | 5 | 4 | 14 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 24 | 1 | 1 | 4 | 1 | 2 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 32 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 25 | 2 | 1 | 4 | 2 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 3 | 4 | 11 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 26 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 3 | 4 | 11 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 27 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 27 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 28 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 30 | 5 | 5 | 4 | 14 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 29 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 4 | 5 | 13 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 30 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 28 | 3 | 5 | 2 | 10 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 31 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 32 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 24 | 3 | 4 | 4 | 11 | 4 | 3 | 3 | 10 |
| 33 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 26 | 4 | 5 | 4 | 13 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 34 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 23 | 4 | 3 | 3 | 10 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 35 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 23 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 36 | 2 | 2 | 4 | 2 | 1 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 32 | 4 | 3 | 4 | 11 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 37 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 5 | 2 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 30 | 4 | 3 | 4 | 11 | 5 | 4 | 4 | 13 |
| 38 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 29 | 5 | 5 | 4 | 14 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 39 | 2 | 3 | 4 | 3 | 1 | 1 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 30 | 5 | 5 | 4 | 14 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 40 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 | 3 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 24 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 3 | 4 | 11 |
| 41 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 25 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 42 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 43 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 44 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 4 | 12 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 20 | 3 | 4 | 3 | 10 | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 45 | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 22 | 3 | 4 | 2 | 9 | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 46 | 2 | 3 | 4 | 3 | 1 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 18 | 3 | 5 | 2 | 10 | 3 | 4 | 3 | 10 |
| 47 | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 27 | 4 | 5 | 3 | 12 | 3 | 5 | 3 | 11 |
| 48 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 26 | 4 | 5 | 2 | 11 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 49 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 25 | 4 | 5 | 4 | 13 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 50 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 4 | 12 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 2 | 4 | 24 | 3 | 4 | 4 | 11 | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 51 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 23 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 52 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 | 4 | 3 | 4 | 11 | 4 | 5 | 3 | 12 |
| 53 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 | 4 | 5 | 4 | 13 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 54 | 2 | 2 | 4 | 2 | 1 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 24 | 4 | 3 | 3 | 10 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 55 | 2 | 3 | 4 | 1 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 25 | 5 | 5 | 5 | 15 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 56 | 2 | 1 | 4 | 1 | 1 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 28 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 57 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 58 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 59 | 1 | 2 | 4 | 2 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 3 | 11 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|----|----|---|---|----|----|---|---|----|----|
| 60 | 1 | 2 | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 | |
| 61 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 | |
| 62 | 2 | 1 | 4 | 1 | 1 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 30 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 5 | 13 | |
| 63 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 5 | 5 | 14 | 4 | 4 | 4 | 12 | |
| 64 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 33 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 65 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 26 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 66 | 1 | 1 | 4 | 2 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 | |
| 67 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 24 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 68 | 2 | 2 | 4 | 1 | 1 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 27 | 4 | 4 | 5 | 13 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 69 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 | |
| 70 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 | |
| 71 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 25 | 4 | 5 | 5 | 14 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 72 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 27 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 | |
| 73 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 34 | 5 | 5 | 5 | 15 | 4 | 5 | 4 | 13 | |
| 74 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 33 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 75 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 28 | 4 | 5 | 5 | 14 | 2 | 4 | 4 | 10 |
| 76 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 32 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 77 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 5 | 5 | 5 | 15 | 4 | 4 | 4 | 12 | |
| 78 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 28 | 5 | 5 | 5 | 15 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 79 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 29 | 4 | 5 | 4 | 13 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 80 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 31 | 4 | 5 | 4 | 13 | 4 | 3 | 4 | 11 |
| 81 | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 31 | 5 | 5 | 5 | 15 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 82 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 5 | 5 | 5 | 15 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 83 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 29 | 4 | 5 | 5 | 14 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 84 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 5 | 5 | 4 | 14 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 85 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 5 | 5 | 5 | 15 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 86 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 5 | 5 | 5 | 15 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 87 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 5 | 5 | 5 | 15 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 88 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 5 | 5 | 5 | 15 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 89 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 27 | 5 | 5 | 5 | 15 | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 90 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 5 | 5 | 5 | 15 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 91 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 31 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 4 | 4 | 13 |
| 92 | 2 | 2 | 4 | 1 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 4 | 5 | 13 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 93 | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 33 | 5 | 5 | 5 | 15 | 3 | 5 | 5 | 13 |
| 94 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 95 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 31 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 96 | 1 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 5 | 5 | 5 | 15 | 4 | 4 | 4 | 12 |

Lampiran 3 : Data Penelitian dan Hasil Regresi dengan Program SPSS

Uji Statistik Deskriptif

GENDER

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 1 | 31 | 32.3 | 32.3 | 32.3 |
| 2 | 65 | 67.7 | 67.7 | 100.0 |
| Total | 96 | 100.0 | 100.0 | |

USIA

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 1 | 41 | 42.7 | 42.7 | 42.7 |
| 2 | 26 | 27.1 | 27.1 | 69.8 |
| 3 | 29 | 30.2 | 30.2 | 100.0 |
| Total | 96 | 100.0 | 100.0 | |

PEKERJAAN

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 1 | 28 | 29.2 | 29.2 | 29.2 |
| 2 | 11 | 11.5 | 11.5 | 40.6 |
| 3 | 19 | 19.8 | 19.8 | 60.4 |
| 4 | 38 | 39.6 | 39.6 | 100.0 |
| Total | 96 | 100.0 | 100.0 | |

TOKO

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 1 | 36 | 37.5 | 37.5 | 37.5 |
| 2 | 42 | 43.8 | 43.8 | 81.2 |
| 3 | 18 | 18.8 | 18.8 | 100.0 |
| Total | 96 | 100.0 | 100.0 | |

BELI

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 1 | 66 | 68.8 | 68.8 | 68.8 |
| 2 | 16 | 16.7 | 16.7 | 85.4 |
| 3 | 14 | 14.6 | 14.6 | 100.0 |
| Total | 96 | 100.0 | 100.0 | |

BARANG

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 1 | 52 | 54.2 | 54.2 | 54.2 |
| 2 | 24 | 25.0 | 25.0 | 79.2 |
| 3 | 20 | 20.8 | 20.8 | 100.0 |
| Total | 96 | 100.0 | 100.0 | |

Uji Validitas

Correlations

| | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | TotX1 |
|---------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X1.1 Pearson Correlation | 1 | .216* | .483** | .492** | .715** |
| Sig. (2-tailed) | | .034 | .000 | .000 | .000 |
| N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| X1.2 Pearson Correlation | .216* | 1 | .439** | .511** | .715** |
| Sig. (2-tailed) | .034 | | .000 | .000 | .000 |
| N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| X1.3 Pearson Correlation | .483** | .439** | 1 | .577** | .784** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| X1.4 Pearson Correlation | .492** | .511** | .577** | 1 | .855** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| TotX1 Pearson Correlation | .715** | .715** | .784** | .855** | 1 |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

| | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2.6 | X2.7 | TotX2 |
|--------------------------|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X2.1 Pearson Correlation | 1 | .407** | .512** | .356** | .500** | .345** | .411** | .698** |
| Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 | .001 | .000 | .000 |
| N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |

| | | | | | | | | |
|--------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X2.2 Pearson Correlation | .407** | 1 | .449** | .436** | .457** | .477** | .504** | .744** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| X2.3 Pearson Correlation | .512** | .449** | 1 | .398** | .613** | .392** | .339** | .723** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .001 | .000 |
| N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| X2.4 Pearson Correlation | .356** | .436** | .398** | 1 | .535** | .598** | .469** | .739** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| X2.5 Pearson Correlation | .500** | .457** | .613** | .535** | 1 | .537** | .424** | .796** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| X2.6 Pearson Correlation | .345** | .477** | .392** | .598** | .537** | 1 | .232* | .705** |
| Sig. (2-tailed) | .001 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .023 | .000 |
| N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| X2.7 Pearson Correlation | .411** | .504** | .339** | .469** | .424** | .232* | 1 | .672** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .001 | .000 | .000 | .023 | | .000 |
| N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| TotX Pearson Correlation | .698** | .744** | .723** | .739** | .796** | .705** | .672** | 1 |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

| | | X3.1 | X3.2 | X3.3 | TotX3 |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|
| X3.1 | Pearson Correlation | 1 | .508** | .643** | .843** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |
| X3.2 | Pearson Correlation | .508** | 1 | .424** | .770** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |
| X3.3 | Pearson Correlation | .643** | .424** | 1 | .862** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |
| TotX3 | Pearson Correlation | .843** | .770** | .862** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

| | | Y1 | Y2 | Y3 | TotY |
|------|---------------------|--------|--------|--------|--------|
| Y1 | Pearson Correlation | 1 | .376** | .483** | .771** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |
| Y2 | Pearson Correlation | .376** | 1 | .486** | .764** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |
| Y3 | Pearson Correlation | .483** | .486** | 1 | .848** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |
| TotY | Pearson Correlation | .771** | .764** | .848** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |

Correlations

| | | Y1 | Y2 | Y3 | TotY |
|------|---------------------|--------|--------|--------|--------|
| Y1 | Pearson Correlation | 1 | .376** | .483** | .771** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |
| Y2 | Pearson Correlation | .376** | 1 | .486** | .764** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |
| Y3 | Pearson Correlation | .483** | .486** | 1 | .848** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |
| TotY | Pearson Correlation | .771** | .764** | .848** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .760 | 4 |

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .848 | 7 |

Reliability Statistics

| | |
|------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .752 | 3 |

Reliability Statistics

| | |
|------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .709 | 3 |

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | | Unstandardized Residual |
|---------------------------------|-------------------------|-------------|-------------------------|
| N | | | 96 |
| Normal Parameters ^a | Mean | | .0000000 |
| | Std. Deviation | | .93172846 |
| Most Extreme Differences | Absolute | | .128 |
| | Positive | | .128 |
| | Negative | | -.085 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | | 1.259 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | | .084 |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) | Sig. | | .078 ^c |
| | 99% Confidence Interval | Lower Bound | .071 |
| | | Upper Bound | .084 |
| a. Test distribution is Normal. | | | |
| | | | |

c. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | 3.379 | 1.022 | | 3.306 | .001 | | |
| TotX1 | .204 | .060 | .283 | 3.386 | .001 | .822 | 1.216 |
| TotX2 | .154 | .038 | .424 | 4.075 | .000 | .531 | 1.885 |
| TotX3 | .086 | .069 | .127 | 1.255 | .213 | .563 | 1.776 |

a. Dependent Variable: TotY

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | -.624 | .683 | | -.913 | .364 | | |
| TotX1 | .074 | .040 | .206 | 1.838 | .069 | .822 | 1.216 |
| TotX2 | -.007 | .025 | -.040 | -.287 | .775 | .531 | 1.885 |
| TotX3 | .020 | .046 | .059 | .433 | .666 | .563 | 1.776 |

a. Dependent Variable: abresid

Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 3.379 | 1.022 | | 3.306 | .001 |
| TotX1 | .204 | .060 | .283 | 3.386 | .001 |
| TotX2 | .154 | .038 | .424 | 4.075 | .000 |
| TotX3 | .086 | .069 | .127 | 1.255 | .213 |

a. Dependent Variable: TotY

Uji R²

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .686 ^a | .470 | .453 | .947 |

a. Predictors: (Constant), TotX3, TotX1, TotX2

b. Dependent Variable: TotY

Uji F

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 73.268 | 3 | 24.423 | 27.245 | .000 ^a |
| | Residual | 82.471 | 92 | .896 | | |
| | Total | 155.740 | 95 | | | |

a. Predictors: (Constant), TotX3, TotX1, TotX2

b. Dependent Variable: TotY

Uji T

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 3.379 | 1.022 | | 3.306 | .001 |
| TotX1 | .204 | .060 | .283 | 3.386 | .001 |
| TotX2 | .154 | .038 | .424 | 4.075 | .000 |
| TotX3 | .086 | .069 | .127 | 1.255 | .213 |

a. Dependent Variable: TotY

Lampiran 4 : Dokumentasi



Pihak Toko Best Serba 35



Pihak Toko Istana 35.000



Pihak Toko Sunan 35.000



Penyebaran Kuesioner
di Toko Best Serba 35



Penyebaran Kuesioner
di Toko Istana 35.000



Penyebaran Kuesioner
di Toko Sunan 35.000

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Alma Andara Putri
2. NIM : 4022019001
3. Tempat/Tanggal Lahir : Langsa, 15 April 2001
4. Pekerjaan : Mahasiswa
5. Alamat : Dusun Keluarga, Desa Lengkong, Kecamatan
Langsa Baro.

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamatan SD Negeri 2 Karang Anyer Berijazah Tahun 2013
2. Tamatan SMP Negeri 2 Kota Langsa Berijazah Tahun 2016
3. Tamatan SMK Negeri 1 Kota Langsa Berijazah Tahun 2019