

**PENGARUH DISKON, SUASANA TOKO, KERAGAMAN PRODUK, DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI AZQIA MARKET
KUALASIMPANG**

Skripsi

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

Oleh :

ELISA PUJI LESTARI
NIM 4012017108



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

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH DISKON, SUASANA TOKO, KERAGAMAN PRODUK, DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI AZQIA MARKET
KUALASIMPANG**

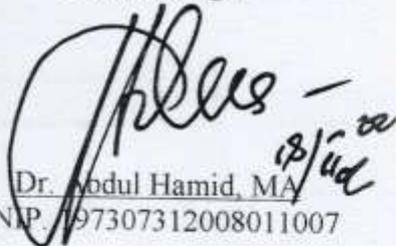
Oleh :

Elisa Puji Lestari
NIM : 4012017108

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Perbankan Syariah

Disetujui Oleh :

Pembimbing I


Dr. Abdul Hamid, MA
NIP. 197307312008011007

Pembimbing II


Mutia Sumarni, MM
NIDN. 2007078805

Mengetahui
Ketua Jurusan Perbankan Syariah


Dr. Syamsul Rizal, M.S.
NIP. 197812152009121002

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**PENGARUH DISKON, SUASANA TOKO, KERAGAMAN PRODUK, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI AZQIA MARKET KUALASIMPANG**” an. Elisa Puji Lestari, NIM 4012017108 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 18 Januari 2023. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE.) pada Program Studi Ekonomi Syariah.

Langsa, 18 Januari 2023

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Perbankan Syariah IAIN Langsa

Penguji I

Dr. Safwan Kamal, S.EI., M.E.I
NIP. 199005182020121011

Penguji II

Mutia Sumarni, M.M
NIDN. 2007078805

Penguji III

Muhammad Riza, Lc., M.A
NIDN. 2007078805

Penguji IV

Munadiati, M.Sh
NIP. 198805172020122011

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Langsa



Prof. Dr. Iskandar Budiman, M.CL
NIP. 196506161995031002

PERNYATAAN ORISINALITAS

yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elisa Puji Lestari

NIM : 4012017108

Pekerjaan : Mahasiswi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH DISKON, SUASANA TOKO, KERAGAMAN PRODUK, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI AZQIA MARKET KUALASIMPANG”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 03 Oktober 2022
Yang membuat pernyataan



Elisa Puji Lestari

MOTTO

Ternyata bukan gunung yang harus kita
taklukkan, melainkan diri kita sendiri.

**(Sir Edmund Hillary, orang pertama di dunia
yang menaklukkan puncak Mount Everest
di Pegunungan Himalaya)**

KATA PENGANTAR



Assalammu 'laikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini, sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang kita harapkan pertolongannya di hari kiamat.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dan kerjasama yang baik dari berbagai pihak tidak bisa menyelesaikan penelitian ini. Maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Basri Ibrahim, MA, selaku Rektor pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa.
2. Bapak Dr. Iskandar Budiman, M.CL selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa.
3. Bapak Dr. Abdul Hamid, M.A selaku pembimbing pertama dan Ibu Mutia Sumarni, M.M selaku pembimbing kedua yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran yang sangat berharga bagi penulis.
4. Dosen dan staff pengajar serta seluruh karyawan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa.
5. Suamiku tercinta Afrizal Pandi Winata dan anakku tercinta Divya Alesha Shezan yang menjadi penyemangat bunda untuk bisa menyelesaikan skripsi ini.

6. Ibuku tercinta yang telah membesarkan, mendidik, dan memberikan kasih sayang sepenuhnya tanpa henti sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
7. Temanku tersayang Tiara Fani yang rela mondar mandir temani ke kampus sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
8. Semua pihak yang membantu penulis selama ini, terutama dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, tetapi penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Langsa, 03 Oktober 2022



Elisa Puji Lestari

ABSTRAK

Pemilik usaha swalayan tentu berlomba-lomba terkait dengan strategi untuk mempengaruhi pembelian konsumen. Keputusan pembelian merupakan suatu keinginan untuk membeli suatu produk dimana sebelumnya dilakukan evaluasi terhadap produk atau jasa yang akan dibeli. Keputusan pembelian timbul setelah konsumen menerima stimulus dari sesuatu yang mereka lihat, pada saat konsumen memasuki sebuah toko saat itulah timbul perhatian, keingintahuan, bahkan keinginan untuk mencoba dan kemudian membeli produk. Beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh pemilik usaha untuk meningkatkan minat beli adalah diskon, suasana toko, keragaman produk dan lokasi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh diskon, suasana toko, keragaman produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan sampel 96 responden. Persamaan regresi dalam penelitian ini yaitu $Y = 1,171 + 0,032X_1 + 0,263X_2 + 0,118X_3 + 0,313X_4$. Diskon berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang, dimana dari uji t diperoleh nilai t sig. $0,016 < 0,05$. Suasana toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang, dimana dari uji t diperoleh nilai t sig. $0,015 < 0,05$. Keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang, dimana dari uji t diperoleh nilai t sig. $0,018 < 0,05$. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang, dimana dari uji t diperoleh nilai t sig. $0,014 < 0,05$. Diskon, suasana toko, keragaman produk, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang, dimana dari uji F diperoleh nilai F sig. $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: *Diskon, Suasana Toko, Keragaman Produk, Lokasi, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Self-service business owners are certainly competing with regard to strategies to influence consumer purchases. The purchase decision is a desire to buy a product where previously an evaluation of the product or service to be purchased was carried out. Purchase decisions arise after consumers receive a stimulus from something they see, when consumers enter a store that's when attention, curiosity, even the desire to try and then buy the product arises. Several factors that must be considered by business owners to increase buying interest are discounts, store atmosphere, product variety and location. The purpose of this study was to determine the effect of discounts, store atmosphere, product diversity, and location on purchasing decisions at Azqia Market Kuala Lumpur. The data analysis method used multiple linear regression analysis using a sample of 96 respondents. The regression equation in this study is $Y = 1.171 + 0.032X_1 + 0.263X_2 + 0.118X_3 + 0.313X_4$. Discounts have a significant effect on purchasing decisions at Azqia Market Kuala Lumpur, where from the t test the t sig value is obtained. $0.016 < 0.05$. Store atmosphere has a significant effect on purchasing decisions at Azqia Market Kuala Lumpur, where from the t test the t sig value is obtained. $0.015 < 0.05$. Product diversity has a significant effect on purchasing decisions at Azqia Market Kuala Lumpur, where from the t test the t sig value is obtained. $0.018 < 0.05$. Location has a significant effect on purchasing decisions at Azqia Market Kuala Lumpur, where from the t test the t sig value is obtained. $0.014 < 0.05$. Discounts, store atmosphere, product diversity, and location simultaneously have a significant effect on purchasing decisions at Azqia Market Kuala Lumpur, where from the F test the F sig value is obtained. $0.000 < 0.05$.

Keywords: Discounts, Store Atmosphere, Product Diversity, Location, Purchase Decision

DAFTAR ISI

Hal	
PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Rumusan Masalah	5
1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.6. Penjelasan Istilah	6
1.7. Sistematika Pembahasan	7
BAB II KAJIAN TEORITIS	8
2.1. Keputusan Pembelian	8
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	8
2.1.2 Tahap-tahap Keputusan Pembelian	8
2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	10
2.1.4 Indikator Keputusan Pembelian	10
2.2. Diskon	11
2.2.1 Pengertian Diskon	11
2.2.2 Jenis-jenis Diskon	13
2.2.3 Indikator Diskon	14
2.3. Suasana Toko	15
2.3.1 Pengertian Suasana Toko	15
2.3.2 Tujuan Suasana Toko	15
2.3.3 Indikator Suasana Toko	15
2.4. Keragaman Produk	16
2.4.1 Pengertian Keragaman Produk	16
2.4.2 Klasifikasi Produk	17
2.4.3 Faktor yang Mempengaruhi Keragaman Produk	19
2.4.4 Indikator Keragaman Produk	20
2.5. Lokasi	21
2.5.1 Pengertian Lokasi	21

2.5.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Lokasi	21	
2.5.3	Strategi Lokasi	22	
2.5.4	Indikator Lokasi	23	
2.6.	Penelitian Terdahulu	24	
2.7.	Kerangka Teori	27	
2.8.	Hipotesis	28	
BAB	III	METODOLOGI PENEITIAN	30
3.1.	Pendekatan Penelitian	30	
3.2.	Lokasi dan Waktu Penelitian	30	
3.3.	Populasi dan Sampel	30	
3.3.1.	Populasi	30	
3.3.2.	Sampel	31	
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	32	
3.5.	Jenis dan Sumber Data	33	
3.6.	Definisi Operasional Variabel	34	
3.7.	Uji Validitas dan Reliabilitas	35	
3.7.1.	Uji Validitas	35	
3.7.2.	Uji Reliabilitas	36	
3.8.	Uji Asumsi Klasik	36	
3.8.1.	Uji Multikolinieritas	36	
3.8.2.	Uji Heteroskedastisitas	37	
3.8.3.	Uji Normalitas	37	
3.8.4.	Uji Autokorelasi	38	
3.8.5.	Uji Linieritas	38	
3.9.	Teknik Analisis Data	39	
3.9.1.	Model Analisis Deskriptif Kuantitatif	39	
3.9.2.	Model Analisis Regresi Linier Berganda	39	
3.10.	Uji Hipotesis	39	
BAB	IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1.	Gambaran Umum Azqia Market Kualasimpang	42	
4.2.	Karakteristik Responden	44	
4.3.	Identifikasi Variabel Penelitian	45	
4.4.	Uji Validitas	51	
4.5.	Uji Reliabilitas	54	
4.6.	Uji Asumsi Klasik	55	
4.7.	Pembahasan	59	
BAB	V	PENUTUP	64
5.1.	Kesimpulan	64	
5.2.	Saran	64	
DAFTAR PUSTAKA		66	

DAFTAR TABEL

Hal	
	Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 24
	Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabe Penelitian 34
	Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 44
	Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Umur 44
	Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan 45
	Tabel 4.4 Tanggapan Responden pada Variabel Diskon 46
	Tabel 4.5 Tanggapan Responden pada Variabel Suasana Toko 47
	Tabel 4.6 Tanggapan Responden pada Variabel Keragaman Produk..... 48
	Tabel 4.7 Tanggapan Responden pada Variabel Lokasi 49
	Tabel 4.8 Tanggapan Responden pada Variabel Keputusan Pembelian .. 50
	Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Diskon 52
	Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Suasana Toko 52
	Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Keragaman Produk 53
	Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Lokasi 53
	Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian 54
	Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas 54
	Tabel 4.15 Nilai <i>Tolerance</i> dan <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF) 55
	Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi 58
	Tabel 4.17 ANOVA 59
	Tabel 4.18 Analisis Regresi Linier Berganda 59
	Tabel 4.19 Analisis Koefisien Determinasi 61
	Tabel 4.20 Uji F 63

DAFTAR GAMBAR

Hal	
	Gambar 4.1 Scatter Plot 57
	Gambar 4.2 Normal Probability Plot 57

DAFTAR LAMPIRAN

Hal	
Lampiran 1 Kuesioner	68
Lampiran 2 Skor Kuesioner	71
Lampiran 3 Analisis Regresi Linier Berganda	74

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Swalayan merupakan bisnis yang cukup diminati karena memiliki prospek yang baik. Pemilik usaha berlomba-lomba untuk meningkatkan penjualan melalui pembelian konsumen. Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu.

Pemilik usaha swalayan tentu berlomba-lomba terkait dengan strategi untuk mempengaruhi pembelian konsumen. Keputusan pembelian merupakan suatu keinginan untuk membeli suatu produk dimana sebelumnya dilakukan evaluasi terhadap produk atau jasa yang akan dibeli. Keputusan pembelian timbul setelah konsumen menerima stimulus dari sesuatu yang mereka lihat, pada saat konsumen memasuki sebuah toko saat itulah timbul perhatian, keingintahuan, bahkan keinginan untuk mencoba dan kemudian membeli produk.¹ Beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh pemilik usaha untuk meningkatkan minat beli adalah diskon, suasana toko, keragaman produk dan lokasi.

Saat ini usaha swalayan telah menjamur di Kuala Lumpur, baik skala besar maupun skala kecil serta waralaba maupun usaha swalayan pribadi.

¹ Thamrin Abdullah & Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2012), h. 127

Salah satu swalayan di Kualasimpang yang menarik untuk diteliti adalah Azqia Market karena merupakan salah satu swalayan yang terbesar di Kualasimpang dan bukan merupakan usaha swalayan yang menerapkan konsep waralaba.

Azqia Market merupakan toko ritel yang telah menerapkan konsep bisnis ritel modern. Diskon memang cukup diminati konsumen, namun kenyataannya harga barang yang telah didiskon seringkali tidak benar-benar dipotong. Untuk beberapa harga minyak goreng kemasan, kebutuhan perawatan pribadi, dan sebagainya harga awal dinaikan terlebih dahulu baru kemudian diberi diskon. Fenomena yang ada pada Azqia Market yaitu terkait dengan diskon seharusnya harga produk yang dibeli konsumen lebih murah dibandingkan harga sebelum diskon. Namun kenyataannya tidak demikian. Misalnya saja harga minyak goreng Bimoli ukuran 2 liter, harga awal sebelum diskon Rp. 21.000, kemudian dinaikan terlebih dahulu menjadi Rp. 22.500, kemudian diberlakukan diskon pada hari tertentu sebesar 6%. Artinya sama saja kembali ke harga semula yaitu Rp.21.000. Sehingga banyak yang berasumsi bahwa diskon itu bohong. Selain itu barang-barang yang seringkali didiskon adalah yang kurang laku dan hampir kadaluarsa.²

Suasana toko (*store atmosphere*) merupakan salah satu bagian yang cukup penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen, karena dalam proses keputusan pembelian konsumen tidak hanya menimbulkan minat beli konsumen terhadap barang yang ditawarkan tetapi juga memberikan respon terhadap lingkungan di

² Hasil wawancara dengan Alfadhil, mantan karyawan Azqia Market pada Tanggal 14 Maret 2020

sekitar tempat bisnis tersebut berdiri. Konsumen akan merasa nyaman saat melakukan pembelian suatu produk jika suasana tampilan tokonya mendukung.

Namun kenyataannya suasana toko di Azqia Market menurut konsumen kurang nyaman, hal tersebut dapat dilihat dari ruangan yang cenderung panas karena tidak menggunakan AC serta warna interior dinding bangunan yang sudah mulai pudar.³

Faktor lainnya yang harus diperhatikan dalam pembelian konsumen di swalayan adalah keragaman produk. Keragaman produk merupakan ketersediaan semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan suatu produsen. Maka dari itu Swalayan harus memperhatikan lebar dan kedalaman produk yang disediakan, kualitas dan kelengkapan karena menyediakan produk yang lengkap dan beragam adalah penting sebab adanya kecenderungan dalam diri konsumen yang menghendaki barang-barang bersifat substitusi dan komplementer, sehingga dengan lengkapnya produk yang saling melengkapi tersebut.

Keragaman produk menjadi faktor penting terkait pembelian konsumen khususnya di Azqia Market. Dengan adanya keragaman serta kelengkapam produk tersebut, konsumen dapat leluasa memilih apa yang menjadi kebutuhannya karena apa yang di butuhkan konsumen sudah tersedia. Namun kenyataannya banyak produk yang tidak tersedia di Azkia Market sehingga tidak jarang konsumen mengurungkan niatnya untuk membeli di Azqia Market.

³ Hasil wawancara dengan Ibu Nurdianti, konsumen Azqia Market pada Tanggal 12 Maret 2020

Di sisi lain lokasi juga harus dipertimbangan pada bisnis ritel seperti swalayan. Lokasi yang jauh dari jangkauan konsumen akan membuat konsumen enggan membeli di toko tersebut. Lokasi ritel yang baik adalah terletak di kawasan keramaian dan mudah diakses oleh konsumen.

Azqia Market berada di jalan lintas Medan-Banda Aceh. Dalam menjalankan bisnis swalayan harusnya pemilik mempertimbangkan lokasi agar dekat dengan pusat keramaian dan pusat kota. Namun kenyataannya Azqia Market berada jauh dari pusat kota dan konsumennya hanya berasal dari masyarakat sekitar sehingga tidak mampu merangkul semua konsumen yang ada di Kota Kualasimpang. Karena keberadaan toko yang berada di pinggiran kota, maka meskipun banyak orang yang berlalu lalang di daerah tersebut namun terkadang mereka tidak menyadari keberadaan Azqia Market.⁴

Dari uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Diskon, Suasana Toko, Keragaman Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Azqia Market Kualasimpang”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Permasalahan yang terkait dalam penelitian ini bahwa diskon yang tidak sesuai harapan dan suasana toko yang kurang nyaman berdampak terhadap pembelian konsumen. Selain itu keragaman produk menjadi faktor penting bagi konsumen untuk melakukan pembelian. Yang terakhir adalah faktor lokasi yang merupakan salah satu faktor penting dalam usaha swalayan.

⁴ Hasil wawancara dengan Ibu Sumarni, konsumen Azqia Market pada Tanggal 12 Maret 2020

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini dibatasi pada variabel diskon, dimana Azkia Market sering mendiskon beberapa item produk sering seperti minyak goreng dan beberapa produk kebutuhan rumah tangga lainnya. Selain itu suasana toko yang dimaksud terkait dengan kebersihan lantai toko, warna dan pencahayaan, perabot toko serta suhu udara pada Azkia Market. Terkait keberagaman produk batasan pada penelitian ini adalah keberagaman seluruh jenis produk yang paling sering dibeli oleh konsumen seperti produk *food and beverage*, perawatan diri, makanan ringan serta produk kebutuhan rumah tangga. Terkait lokasi, batasan dalam penelitian ini adalah terkait dengan akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir dan persaingan.

1.4 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah diskon berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang?
2. Apakah suasana toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang?
3. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang?
5. Apakah diskon, suasana toko, keragaman produk, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang.
2. Untuk mengetahui pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang.
3. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang.
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang.
5. Untuk mengetahui pengaruh diskon, suasana toko, keragaman produk, dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang.

Adapun manfaat penelitian ini yaitu:

1. Menjadi informasi dan masukan bagi Azqia Market dalam meningkatkan pembelian konsumen.
2. Menjadi referensi bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian selanjutnya yang relevan dengan penelitian ini.

1.6 Penjelasan Istilah

1. Menurut Sutisna, keputusan pembelian adalah pengambilan keputusan oleh

konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk.⁵

2. Diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli.⁶
3. Menurut Utami, suasana toko (*store atmosphere*) adalah kombinasi dari karakteristik fisik toko secara.⁷
4. Keragaman produk adalah suatu hal yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk serta ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko.⁸
5. Menurut Swastha dan Irawan, lokasi adalah letak geografis suatu usaha yang dijalankan.⁹

1.7 Sistematika Pembahasan

Bab pertama pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua mengenai landasan teori yang mencakup tentang diskon, suasana toko, kelengkapan produk, lokasi, dan keputusan pembelian.

Bab ketiga mengenai metodologi penelitian mengenai teknik analisis data yang digunakan.

Bab keempat mengenai hasil penelitian yang mencakup tentang analisis

⁵ Sutisna, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: Rosdakarya, 2007), h. 14

⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), h. 166

⁷ Christina Widhya Utami, *Manajemen Ritel*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010), h. 87

⁸ Christina Widhya Utami, *Manajemen Ritel*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010), h. 162

⁹ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2008), h. 149

pengaruh diskon, suasana toko, keragaman produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

Bab kelima merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran-saran.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Azqia Market Kualasimpang

Azqia Market adalah usaha yang bergerak di bidang ritel yang terletak di Jl. Ir. H. Juanda No. 6, Kecamatan Karang Baru, Kabupaten Aceh Tamiang. Azqia Market menjual berbagai barang kebutuhan sehari-hari baik makanan, minuman, peralatan dan perlengkapan rumah tangga, peralatan bayi, obat-obatan, kosmetik, rokok, dan lain-lain. Azqia Market bekerja sama dengan pemasok yang handal dalam menyediakan produk-produk yang sudah dikenal masyarakat dan berkualitas serta Azqia Swalayan memiliki sumber daya yang kompeten, menjadikan Azqia Swalayan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.

Sistem penjualan yang digunakan pada Azqia Swalayan sudah modern. Azqia Market menggunakan software *point of sales* dalam sistem penjualan, persediaan dan penerimaan barang. Azqia Market juga menerapkan sistem *check out* yang menggunakan scanner pada kasir guna meningkatkan pelayanan dan kenyamanan pelanggan.

Azqia Market dalam menjalankan kegiatan operasionalnya menggunakan struktur organisasi yang berbentuk garis yaitu bentuk organisasi di mana pimpinan memberikan langsung perintah kepada bawahannya. Adapun deskripsi tugas dari masing-masing jabatan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pemilik

Wewenang dan tanggung jawab pemilik adalah sebagai berikut:

- a. Membuat sarana dan prasarana yang dibutuhkan di Azqia Market
- b. Menerima laporan dari Manajer

2. Manajer

Wewenang dan tanggung jawab Manajer adalah sebagai berikut:

- a. Memimpin, merencanakan, dan mengendalikan Azqia Market
- b. Bertanggung jawab atas laporan pelaksanaan tugas dari bawahannya pada masing-masing bagian

3. Bagian Keuangan

Tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Menyusun strategi berikut mengawasi penataan keuangan Azqia Market
- b. Melakukan evaluasi terhadap system penataan keuangan Azqia Market

4. Bagian Operasional

Tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Merencanakan, mengkoordinasi, mengawasi, dan mengevaluasi pelaksanaan fungsi dan tugas unit kerja di bidang operasional
- b. Membina dan mengembangkan kemampuan kerja seluruh karyawan

5. Kasir

Tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Melayani pembayaran dari konsumen yang berbelanja
- b. Menyimpan dan mengatur uang yang keluar masuk dari pembelian dan penjualan barang dagangan

6. Karyawan

Tugasnya adalah sebagai berikut:

Karyawan bertugas melayani konsumen yang berbelanja serta membantu konsumen menemukan produk yang dibutuhkannya

4.2 Karakteristik Responden

Dalam penjelasan mengenai karakteristik responden ini akan disajikan data yang telah diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan pada 96 orang responden. Pengumpulan data dari penelitian ini dilakukan dengan cara pengisian kuesioner langsung untuk memperoleh data primer. Dalam penelitian ini akan disajikan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur, dan pekerjaan.

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
laki	33	34,3
perempuan	63	65,7
Total	96	100,0

Sumber: hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 33 orang (34,3%), sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan adalah sebanyak 63 orang (65,7%).

Adapun karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase (%)
14-17	14	14,5
18-24	45	46,8
25-30	37	38,7
Total	96	100,0

Sumber: hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden dengan rentang umur < 25 tahun adalah sebanyak 14 orang (14,5%), responden dengan rentang umur 26-29 tahun adalah 45 orang (46,8%), dan responden dengan rentang umur > 30 tahun adalah sebanyak 37 orang (38,7%)

Adapun karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
	13	13,5
an BUMN/ Swasta	24	25,0
swa/i	19	19,7
asta	27	28,1
	13	13,7
Total	96	100,0

Sumber: hasil penelitian

.Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden yang berprofesi sebagai PNS adalah sebanyak 13 orang (13,5%), responden yang berprofesi sebagai karyawan BUMN/swasta adalah sebanyak 24 orang (25%), responden yang berprofesi sebagai mahasiswa/i adalah sebanyak 19 orang (19,7%), responden yang berprofesi sebagai wiraswasta adalah sebanyak 27 orang (28,1%), dan responden dengan profesi lainnya adalah sebanyak 13 orang (13,7%).

4.3 Identifikasi Variabel Penelitian

Jawaban responden terhadap variabel diskon dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut.

Tabel 4.4
Tanggapan Responden pada Variabel Diskon

Item	STS		TS		KS		S		SS		Total	
1				6		17		26		47		96
2						12		20		64		96
3				4		23		27		45		99
4						24		28		45		97
5						6		28		34		70

Sumber: hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada pernyataan “Diskon di Azqia Market sesuai harapan”, dapat dijelaskan bahwa 6 orang (6,2%) menjawab tidak setuju, 17 orang (17,7%) menjawab kurang setuju, 26 orang (27,1%) menjawab setuju, dan 47 orang (49%) menjawab sangat setuju.
2. Pada pernyataan “Produk-produk yang didiskon adalah produk yang Anda perlukan”, dapat dijelaskan bahwa 12 orang (12,5%) menjawab kurang setuju, 20 orang (20,8%) menjawab setuju, dan 64 orang (66,7%) menjawab sangat setuju.
3. Pada pernyataan “Produk yang didiskon memiliki jangka waktu kadaluarsa yang lama”, dapat dijelaskan bahwa 23 orang (24%) menjawab tidak setuju, 4 orang (4,2%) menjawab kurang setuju, 24 orang (25%) menjawab setuju, dan 45 orang (46,9%) menjawab sangat setuju.
4. Pada pernyataan “Produk yang didiskon beragam”, dapat dijelaskan bahwa 6 orang (6,2%) menjawab tidak setuju, 28 orang (29,2%) menjawab kurang

setuju, 22 orang (22,9%) menjawab setuju, dan 40 orang (41,7%) menjawab sangat setuju.

5. Pada pernyataan “Azqia Market sering melakukan diskon produk”, dapat dijelaskan bahwa 5 orang (5,2%) menjawab tidak setuju, 36 orang (37,5%) menjawab kurang setuju, 27 orang (28,1%) menjawab setuju, dan 28 orang (29,2%) menjawab sangat setuju.

Jawaban responden terhadap variabel suasana toko dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut.

Tabel 4.5
Tanggapan Responden pada Variabel Suasana Toko

Item	STS		TS		KS		S		SS		Total	
1						7		4		9		
2						0		1		9		
3				5		0		9		7		
4				5		5		3		8		
5						5		8		7		

Sumber: hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada pernyataan “Papan nama Azqia Market terlihat jelas”, dapat dijelaskan bahwa 17 orang (17,7%) menjawab kurang setuju, 34 orang (35,4%) menjawab setuju, dan 45 orang (46,9%) menjawab sangat setuju.
2. Pada pernyataan “Pintu masuk Azqia Market luas sehingga memudahkan akses masuk”, dapat dijelaskan bahwa 24 orang (25%) menjawab kurang setuju, 27 orang (28,1%) menjawab setuju, dan 45 orang (46,9%) menjawab sangat setuju.
3. Pada pernyataan “Kondisi ruangan di Azqia Market bersih”, dapat dijelaskan bahwa 11 orang (11,5%) menjawab tidak setuju, 23 orang (24%) menjawab

kurang setuju, 21 orang (21,9%) menjawab setuju, dan 41 orang (42,7%) menjawab sangat setuju.

4. Pada pernyataan “Suhu udara di Azqia Market sejuk”, dapat dijelaskan bahwa 11 orang (11,5%) menjawab tidak setuju, 12 orang (12,5%) menjawab kurang setuju, 31 orang (32,3%) menjawab setuju, dan 42 orang (43,8%) menjawab sangat setuju.
5. Pada pernyataan “Sistem penataan barang di Azqia Market rapi”, dapat dijelaskan bahwa 12 orang (12,5%) menjawab kurang setuju, 44 orang (45,8%) menjawab setuju, dan 40 orang (41,7%) menjawab sangat setuju.

Jawaban responden terhadap variabel keragaman produk dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut.

Tabel 4.6
Tanggapan Responden pada Variabel Keragaman Produk

Item	STS		S		KS		S		SS		Total
1					7		2		1		
2					2		0		6		
3					0		8		2		
4					3		4		3		
5					1		6		2		

Sumber: hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada pernyataan “Produk-produk yang tersedia di Azqia Market beragam”, dapat dijelaskan bahwa 17 orang (17,7%) menjawab kurang setuju, 29 orang (30,2%) menjawab setuju, dan 50 orang (52,1%) menjawab sangat setuju.
2. Pada pernyataan “Produk yang dijual di Azqia Market ada yang tidak ditemui di swalayan lainnya”, dapat dijelaskan bahwa 6 orang (6,2%) menjawab tidak

setuju, 4 orang (4,2%) menjawab kurang setuju, 23 orang (24%) menjawab setuju, dan 63 orang (65,6%) menjawab sangat setuju.

3. Pada pernyataan “Produk-produk yang dijual di Azqia Market update”, dapat dijelaskan bahwa 23 orang (24%) menjawab kurang setuju, 20 orang (20,8%) menjawab setuju, dan 53 orang (55,2%) menjawab sangat setuju.
4. Pada pernyataan “Merek produk untuk satu jenis produk beragam”, dapat dijelaskan bahwa 7 orang (7,3%) menjawab kurang setuju, 33 orang (34,4%) menjawab setuju, dan 56 orang (58,3%) menjawab sangat setuju.
5. Pada pernyataan “Produk-produk yang dijual di Azqia Market tidak pernah kehabisan stok” dapat dijelaskan bahwa 3 orang (3,1%) menjawab kurang setuju, 39 orang (40,6%) menjawab setuju, dan 54 orang (56,2%) menjawab sangat setuju.

Jawaban responden terhadap variabel lokasi dapat dilihat pada Tabel 4.7 berikut.

Tabel 4.7
Tanggapan Responden pada Variabel Lokasi

Item	STS		S		KS		S		SS		Total	
1					7		2		0			
2					4		9		5			
3					9		8		2			
4					4		2		4			
5					1		8		1			

Sumber: hasil penelitian

1. Pada pernyataan “Azqia Market dekat dengan tempat tinggal saya”, dapat dijelaskan bahwa 17 orang (17,7%) menjawab kurang setuju, 30 orang (31,2%) menjawab setuju, dan 49 orang (51%) menjawab sangat setuju.

2. Pada pernyataan “Tempat parkir di Azqia Market luas”, dapat dijelaskan bahwa 6 orang (6,2%) menjawab tidak setuju, 9 orang (9,4%) menjawab kurang setuju, 22 orang (22,9%) menjawab setuju, dan 59 orang (61,5%) menjawab sangat setuju.
3. Pada pernyataan “Lalu lintas di sekitar Azqia Market lancar”, dapat dijelaskan bahwa 2 orang (2,1%) menjawab tidak setuju, 22 orang (22,9%) menjawab kurang setuju, 19 orang (19,8%) menjawab setuju, dan 53 orang (55,2%) menjawab sangat setuju.
4. Pada pernyataan “Azqia Market terlihat dari jalan utama”, dapat dijelaskan bahwa 10 orang (10,4%) menjawab kurang setuju, 29 orang (30,2%) menjawab setuju, dan 57 orang (59,4%) menjawab sangat setuju.
5. Pada pernyataan “Jalan masuk ke Azqia Market dari jalan raya mudah”, dapat dijelaskan bahwa 3 orang (3,1%) menjawab kurang setuju, 42 orang (43,8%) menjawab setuju, dan 51 orang (53,1%) menjawab sangat setuju.

Jawaban responden terhadap variabel keputusan pembelian dapat dilihat pada Tabel 4.8 berikut.

Tabel 4.8
Tanggapan Responden pada Variabel Keputusan Pembelian

Item	STS		S		KS		S		SS		Total	
1						,7		,1		,0)
2						,5		,8		,7)
3)		2		,0		,9)
4						,2		,9		,7)
5						,5		,1		,2)

Sumber: hasil penelitian

1. Pada pernyataan “Saya berniat membeli di Azqia Market karena ada produk yang saya butuhkan”, dapat dijelaskan bahwa 6 orang (6,2%) menjawab tidak setuju, 17 orang (17,7%) menjawab kurang setuju, 26 orang (27,1%) menjawab setuju, dan 47 orang (49%) menjawab sangat setuju.
2. Pada pernyataan “Saya berniat membeli pada Azqia Market atas keinginan sendiri”, dapat dijelaskan bahwa 12 orang (12,5%) menjawab kurang setuju, 20 orang (20,8%) menjawab setuju, dan 64 orang (66,7%) menjawab sangat setuju.
3. Pada pernyataan “Saya juga berniat merekomendasikan orang lain untuk membeli di Azqia Market”, dapat dijelaskan bahwa 23 orang (24%) menjawab tidak setuju, 4 orang (4,2%) menjawab kurang setuju, 24 orang (25%) menjawab setuju, dan 45 orang (46,9%) menjawab sangat setuju.
4. Pada pernyataan “Saya berniat membeli pada Azqia Market karena ada produk yang saya butuhkan”, dapat dijelaskan bahwa 6 orang (6,2%) menjawab tidak setuju, 28 orang (29,2%) menjawab kurang setuju, 22 orang (22,9%) menjawab setuju, dan 40 orang (41,7%) menjawab sangat setuju.
5. Pada pernyataan “Saya sering melakukan pembelian kembali di Azqia Market”, dapat dijelaskan bahwa 5 orang (5,2%) menjawab tidak setuju, 36 orang (37,5%) menjawab kurang setuju, 27 orang (28,1%) menjawab setuju, dan 28 orang (29,2%) menjawab sangat setuju.

4.4 Uji Validitas

4.4.1 Uji Validitas Diskon

Hasil perhitungan uji validitas variabel diskon dengan 5 item pertanyaan adalah sebagai berikut.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Diskon

Item	Item Corrected Item Total Correlation / r_{hitung}	r_{tabel}	Kriteria
1	0,584	0,210	Valid
2	0,571	0,210	Valid
3	0,519	0,210	Valid
4	0,602	0,210	Valid
5	0,631	0,210	Valid

Sumber: hasil penelitian

Berdasarkan Tabel 4.9 maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel diskon memiliki status valid, karena nilai r_{hitung} (*Corrected Item-Total Correlation*) > r_{tabel} sebesar 0,210.

4.4.2 Uji Validitas Suasana Toko

Hasil perhitungan uji validitas variabel suasana toko dengan 5 item pertanyaan adalah sebagai berikut.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Suasana Toko

Item	Item Corrected Item Total Correlation / r_{hitung}	r_{tabel}	Kriteria
1	0,701	0,210	Valid
2	0,698	0,210	Valid
3	0,644	0,210	Valid

4	0,612	0,210	Valid
5	0,637	0,210	Valid

Sumber: hasil penelitian

Berdasarkan Tabel 4.10, maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel suasana toko memiliki status valid, karena nilai r_{hitung} (*Corrected Item-Total Correlation*) > r_{tabel} sebesar 0,210.

4.4.3 Uji Validitas Keragaman Produk

Hasil perhitungan uji validitas variabel keragaman produk dengan 5 item pertanyaan adalah sebagai berikut.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel Keragaman Produk

Item	Nilai Corrected Item Total Correlation / r_{hitung}	r_{tabel}	Kriteria
1	0,479	0,210	Valid
2	0,506	0,210	Valid
3	0,528	0,210	Valid
4	0,624	0,210	Valid
5	0,665	0,210	Valid

Sumber: hasil penelitian

Berdasarkan Tabel 4.11 maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel keragaman produk memiliki status valid, karena nilai r_{hitung} (*Corrected Item-Total Correlation*) > r_{tabel} sebesar 0,210.

4.4.4 Uji Validitas Lokasi

Hasil perhitungan uji validitas variabel lokasi dengan 5 item pertanyaan adalah sebagai berikut.

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi

Item	Item Corrected Item Total Correlation / r_{hitung}	r_{tabel}	Kriteria
1	0,677	0,210	Valid
2	0,580	0,210	Valid
3	0,571	0,210	Valid
4	0,711	0,210	Valid
5	0,682	0,210	Valid

Sumber: hasil penelitian

Berdasarkan Tabel 4.12 maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel lokasi memiliki status valid, karena nilai r_{hitung} (*Corrected Item-Total Correlation*) > r_{tabel} sebesar 0,210.

4.4.5 Uji Validitas Keputusan Pembelian

Hasil perhitungan uji validitas variabel keputusan pembelian dengan 5 item pertanyaan adalah sebagai berikut.

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Item	Item Corrected Item Total Correlation / r_{hitung}	r_{tabel}	Kriteria
1	0,730	0,210	Valid
2	0,694	0,210	Valid
3	0,622	0,210	Valid
4	0,701	0,210	Valid
5	0,639	0,210	Valid

Sumber: hasil penelitian

Berdasarkan Tabel 4.13 maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel keputusan pembelian memiliki status valid, karena nilai r_{hitung} (*Corrected Item-Total Correlation*) > r_{tabel} sebesar 0,210.

4.5 Uji Reliabilitas

Adapun hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.14
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha of Item Deleted	Kriteria
1		0,766	Reliabel
2	Toko	0,812	Reliabel
3	man Produk	0,839	Reliabel
4		0,902	Reliabel
5	san Pembelian	0,870	Reliabel

Sumber: hasil penelitian

Berdasarkan Tabel 4.14 uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Oleh karena kelima variabel pertanyaan memiliki nilai *Cronbach's Alpha of Item Deleted* > 0,60 maka dapat dinyatakan instrumen reliabel.

4.6 Uji Asumsi Klasik

4.6.1 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dengan uji Tolerance dan *Variance Infkation Factor* (VIF) dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 4.15
Nilai *Tolerance* dan *Variance Infkation Factor* (VIF)

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Diskon	.880	1.110
Suasana Toko	.856	1.260
Keragaman Produk	.713	1.119
Lokasi	.822	1.204

Sumber: hasil penelitian

Berdasarkan Tabel IV-15 di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai Tolerance untuk variabel diskon sebesar $0,880 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,110 < 10$, sehingga variabel diskon dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.
2. Nilai Tolerance untuk variabel suasana toko sebesar $0,856 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,260 < 10$, sehingga variabel suasana toko dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.
3. Nilai Tolerance untuk variabel keragaman produk sebesar $0,713 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,119 < 10$, sehingga variabel keragaman produk dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.
4. Nilai Tolerance untuk variabel lokasi sebesar $0,822 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,204 < 10$, sehingga variabel lokasi dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

4.6.2 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ada atau tidak adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji grafik. Uji grafik untuk pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *scatter plot* sebagai berikut.

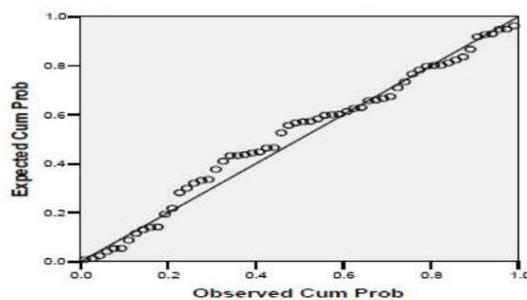


Gambar 4.3 Scatter Plot

Bedasarkan gambar di atas di atas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar secara merata baik di atas sumbu X ataupun Y, serta titik berkumpul di suatu tempat dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami masalah heteroskedastisitas, karena variabel independen tidak saling mempengaruhi.

4.6.3 Uji Normalitas

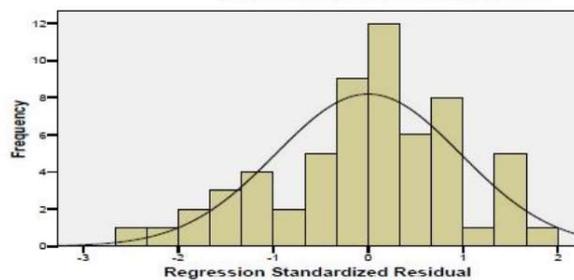
Adapun hasil uji normalitas yaitu dengan melihat grafik P-Plot yang dapat dilihat pada gambar berikut.



**Gambar 4.1
Normal Probability Plot**

Dari grafik di atas terlihat bahwa grafik normal *probability plot* terlihat titik-titik yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonalnya, garis ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Setelah melihat grafik P-Plot, selanjutnya dilakukan analisis terhadap grafik histogram. Adapun grafik histogram uji normalitas dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4.2
Grafik Histogram

Grafik histogram diatas membentuk lonceng dan tidak condong ke kanan atau ke kiri sehingga grafik histogram tersebut dinyatakan normal.

4.6.4 Uji Autokorelasi

Dengan memperhatikan Uji Durbin-Watson maka hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.716	.625	.601	.311	1.115

Sumber: hasil penelitian

Dari tabel di atas diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1,115 dan nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan nilai signifikan 5%. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan bahwa nilai DW antara -2 sampai +2, berarti tidak terjadi autokorelasi. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi dengan model regresi ini.

4.6.5 Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui hubungan dari variabel bebas dengan variabel terikat linier atau tidak. Jika terdapat hubungan linier maka digunakan analisis regresi linier. Sedangkan jika tidak terdapat hubungan linier antara dua variabel tersebut maka digunakan analisis regresi non-linier. Adapun hasil uji linieritas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.17

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.306	4	1.827	14.052	.000 ^a
	Residual	11.829	91	.130		
	Total	19.135	95			

Sumber: hasil penelitian

Dari tabel di atas diperoleh nilai F sebesar 2,816 dengan tingkat signifikansi 0,014. Oleh karena nilai nilai signifikansi $0,014 < 0,05$ maka model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi tingkat pengaruh diskon, suasana toko, keragaman produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

4.7 Pembahasan

4.7.1 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.18
Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.171	.500		2.342	.021
	Diskon	.032	.086	.033	.365	.016
	Suasana Toko	.263	.106	.223	2.485	.015
	Keragaman Produk	.118	.142	.124	.832	.018
	Lokasi	.313	.125	.380	2.513	.014

Sumber: hasil penelitian

Dari tabel di atas maka persamaan regresi yaitu sebagai berikut:

$$Y = 1,171 + 0,032X_1 + 0,263X_2 + 0,118X_3 + 0,313X_4$$

Persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 1,171 berarti apabila diskon, suasana toko, keragaman produk, dan lokasi bernilai tetap, maka keputusan pembelian sebesar 1,171.
2. Koefisien regresi variabel diskon menunjukkan pengaruh positif sebesar 0,032. Artinya, apabila diskon meningkat sebesar satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,032 dengan asumsi variabel suasana toko, keragaman produk, dan lokasi tidak berubah.
3. Koefisien regresi variabel suasana toko menunjukkan pengaruh positif sebesar 0,263. Artinya, apabila suasana toko meningkat sebesar satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,263 dengan asumsi variabel diskon, keragaman produk, dan lokasi tidak berubah.
4. Koefisien regresi variabel keragaman produk menunjukkan pengaruh positif sebesar 0,118. Artinya, apabila keragaman produk meningkat sebesar satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,118 dengan asumsi variabel diskon, suasana toko, dan lokasi tidak berubah.
5. Koefisien regresi variabel lokasi menunjukkan pengaruh positif sebesar 0,313. Artinya, apabila lokasi meningkat sebesar satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,313 dengan asumsi variabel diskon, suasana toko, dan keragaman produk tidak berubah.

4.7.2 Uji Koefisien Determinasi

Adapun hasil analisis koefisien determinasi yaitu sebagai berikut.

Tabel 4.19
Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.716	.612	.601	.311

Sumber: hasil penelitian

Berdasarkan Tabel 4.19 dapat dilihat nilai Adjusted R Square sebesar 0601. Artinya, variabel diskon, suasana toko, keragaman produk, dan lokasi mempengaruhi keputusan pembelian pada Azqia Market sebesar 60,1%, sedangkan sisanya 39,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

4.7.3 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Dari Tabel 4.18 maka hasil uji t dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Pengaruh Diskon terhadap Keputusan Pembelian

Variabel diskon memiliki nilai t sig. 0,016. Oleh karena nilai t sig. $< 0,05$ ($0,016 < 0,05$) maka dapat dinyatakan bahwa diskon berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang, maka hipotesis H_{a1} diterima. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya diskon konsumen semakin tertarik untuk melakukan pembelian produk dengan potongan-potongan harga tertentu.

2. Pengaruh Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian

Variabel suasana toko memiliki nilai t sig. 0,015. Oleh karena nilai t sig. $< 0,05$ ($0,015 < 0,05$) maka dapat dinyatakan bahwa suasana toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang, maka hipotesis H_{a2} diterima. Hal ini menunjukkan bahwa suasana toko yang nyaman akan membuat betah konsumen saat berbelanja di Azqia Market Kualasimpang sehingga potensi terjadinya pembelian akan semakin besar.

3. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian

Variabel keragaman produk memiliki nilai t sig. 0,018. Oleh karena nilai t sig. $< 0,05$ ($0,018 < 0,05$) maka dapat dinyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang, maka hipotesis H_{a3} diterima. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih tertarik untuk melakukan pembelian di swalayan yang produk-produknya beragam.

4. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian

Variabel lokasi memiliki nilai t sig. 0,014. Oleh karena nilai t sig. $< 0,05$ ($0,014 < 0,05$) maka dapat dinyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang, maka hipotesis H_{a4} diterima. Hal ini menunjukkan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen akan membuat konsumen tersebut tertarik untuk berbelanja di swalayan tersebut.

4.7.4 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.20
Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.306	4	1.827	14.052	.000 ^a
	Residual	11.829	91	.130		
	Total	19.135	95			

Sumber: hasil penelitian

Berdasarkan Tabel 4.20 dapat dilihat nilai F sig. sebesar 0,000. Oleh karena nilai F sig. < 0,05 (0,000 < 0,05) maka dapat dinyatakan bahwa diskon, suasana toko, keragaman produk, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang, maka hipotesis H_{a5} diterima. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya diskon, suasana toko yang nyaman, produk yang beraneka ragam serta lokasi yang strategis akan membuat konsumen semakin tertarik untuk memilih tempat berbelanja mereka di Azqia market.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hotman yang menyatakan bahwa diskon, suasana toko, keragaman produk, dan lokasi secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo yang menyatakan bahwa diskon, suasana toko, keragaman produk, dan lokasi secara parsial dan simultan berpengaruh

signifikan terhadap keputusan pembelian.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari analisis data dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang, dimana dari uji t diperoleh nilai $t \text{ sig. } 0,016 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik diskon maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian.
2. Suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang, dimana dari uji t diperoleh nilai $t \text{ sig. } 0,015 < 0,05$. Hal ini menunjukkan dengan suasana toko yang baik maka konsumen semakin tertarik untuk melakukan pembelian.
3. Keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang, dimana dari uji t diperoleh nilai $t \text{ sig. } 0,018 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa produk yang beragam akan membuat banyak pilihan konsumen untuk membeli suatu produk yang diinginkan.
4. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang, dimana dari uji t diperoleh nilai $t \text{ sig. } 0,014 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi yang strategis serta kemudahan akses sampai ke lokasi maka akan menciptakan pembelian bagi konsumen.

5. Diskon, suasana toko, keragaman produk, dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Azqia Market Kualasimpang, dimana dari uji F diperoleh nilai $F_{sig.} 0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Adapun saran dalam penelitian ini yaitu:

1. Pihak Azqia Market harus terus meningkatkan diskon khususnya pada produk yang sering dibeli konsumen.
2. Ruangan toko harus dibuat nyaman mungkin agar suasana berbelanja menjadi nyaman sehingga konsumen betah berbelanja di Azqia Market.
3. Pihak Azqia Market harus terus meningkatkan keragaman produk terutama produk-produk yang tidak tersedia di swalayan lainnya.
4. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya dapat mengembangkan penelitian ini misalnya membandingkan beberapa minimarket di Kualasimpang.