

BAB V Hasil Penelitian dan Bahasan

5.1 Analisis Deskripsi Hasil Penelitian

Menurut Sugiyono (2017: 147) Analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada regresi berganda, maka perlu dilakukan pengujian asumsi klasik.. Sedangkan menurut Zikmund (2003) analisis deskriptif diartikan sebagai perubahan bentuk data kedalam bentuk *form* dengan tujuan agar data lebih mudah dimengerti dan diinterpretasikan. Dari kedua pendapat tersebut penulis menarik kesimpulan bahwa analisis statistik deskriptif merupakan perubahan bentuk data yang dilakukan kedalam bentuk ringkasan agar lebih mudah dipahami dan diinterpretasikan baik oleh peneliti atau pembacanya.

Analisis karakteristik responden dibutuhkan untuk menjelaskan latar belakang responden yang dijadikan masukan untuk memperjelas penelitian. Berikut gambaran karakteristik responden yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin dan usia responden.

Pengukuran dilakukan dengan menggunakan tabel frekuensi dan dihitung berdasarkan persentase yang dihasilkan dari jumlah jawaban pada kuesioner dengan rumus :

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Keterangan :

P= Persentase

frekuensi f =

Frekuensi kelas

n = Jumlah

sampel

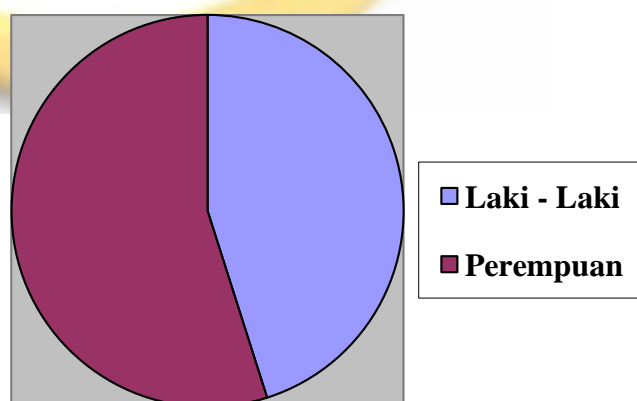
Agar memudahkan dalam menginterpretasi data dalam tabel maka penulis mengacu penafsiran data (Arikunto, 1998:246), sebagai berikut :

0%	: Tidak seorang pun dari responden
1 – 25%	: Sangat sedikit dari responden
26 – 49 %	: Sebagian kecil atau hampir setengah dari responden
50%	: Setengah dari responden
51 – 76%	: Sebagian besar dari responden
77 – 99%	: Hampir seluruh responden
100%	: Seluruh responden

5.1.1 Analisis Deskriptif Data Karakteristik Responden

5.1.1.1 Analisis Deskriptif Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari penelitian ini untuk data responden jenis kelamin laki – laki dan perempuan, data ini digunakan untuk melihat bagaimana jenis kelamin bisa mempengaruhi keputusan pembelian. Data ini pula digunakan untuk mengetahui bagaimana jenis kelamin menanggapi terpaan informasi mengenai produk dari PT. Gorilla Perkasa Indonesia.



Gambar 5.1 Diagram Deskriptif Jenis Kelamin

Tabel 5.1 Deskriptif Jenis Kelamin

		<i>Gender</i>			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Valid</i>	Laki - Laki	179	45,1	45,1	45,1
	Perempuan	218	54,9	54,9	100,0
	Total	397	100,0	100,0	

(Sumber : SPSS)

Berdasarkan tabel diatas, dari total 397 responden dapat disimpulkan bahwa sebagian besar jumlah dari responden adalah perempuan dengan nilai 54,9% (218 responden) dan sisanya laki – laki sebanyak 45,1% (179 responden).

Sehingga dapat diketahui jika jenis kelamin perempuan ini lebih sering berbelanja dan menikmati produk – produk dari PT. Gorilla Perkasa Indonesia dengan akun instaram @gorillafoodofficial yang notabene bercita rasa pedas baik itu berupa ramen instan, baso aci , atau varian aci lainnya yang bisa dijadikan selaku gaya hidup. Berbeda dengan laki – laki yang mungkin cenderung lebih jarang untuk berbelanja.

Hal ini sesuai dengan riset yang dilakukan oleh Danielle Pinnington dari perusahaan riset Shoppercentric di Inggris yang menyatakan, berdasarkan hasil penelitian para pria mengaku suka berbelanja. Mereka tidak suka jika terlalu banyak pilihan, mereka tidak suka mencoba – coba. Mereka lebih suka langsung memilih sesuai kebutuhan. Kebiasaan ini berbeda dengan wanita yang cenderung senang bila lebih banyak pilihan, senang banyak mencoba, dan senang melihat produk lain ang tidak ada dalam rencana belanja mereka.

Pada survey lain yang dikutip dari tirto.id pada Mei 2017 Opera, perusahaan teknologi asal Norwegia meliris survey bertajuk “*The Browser Satisfactory Index*” menyebutkan bahwa responden laki – laki dan perempuan memiliki ketertarikan berbeda dalam hal jenis informasi

yang mereka cari. Responden pria tertarik pada informasi yang berkaitan dengan olahraga, teknologi, dan kesehatan. Sementara itu responden wanita mencari informasi mengenai gaya hidup, kesehatan dan hiburan atau gosip.

.1.1.2 Analisis Deskriptif Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

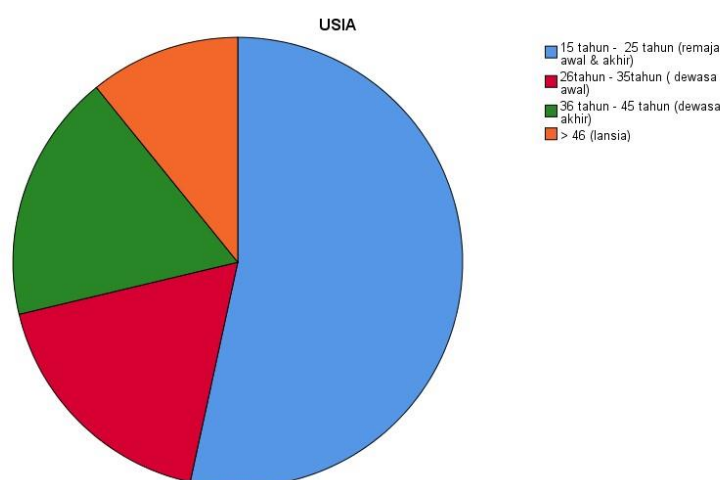
Di dalam kuesioner peneliti menambahkan kolom usia diisi oleh para responden. Data ini nantinya akan digunakan untuk melihat bagaimana usia bisa mempengaruhi keputusan pembelian. Faktor usia penting karena orang membeli barang atau jasa yang berbeda sepanjang hidupnya (Kotler,2005:210). Tak hanya ditentukan oleh jenis kelamin saja, setiap memasuki jenjang usia yang berbeda kebutuhan yang diperlukan juga berbeda.

Dari penelitian ini untuk data responden usia, data ini digunakan untuk melihat bagaimana usia bisa mempengaruhi keputusan pembelian. Data ini pula digunakan untuk mengetahui bagaimana berbagai jenjang usia menanggapi terpaan informasi mengenai produk dari PT. Gorilla Perkasa Indonesia.

Pengelompokkan usia yang menjadi acuan dari penelitian ini diambil dari Depker RI tahun 2009, diantaranya :

- Balita : 0 – 5 tahun
- Anak – anak : 5 – 11 tahun
- Remaja awal : 12 – 16 tahun
- Remaja akhir : 17 – 25 tahun
- Dewasa awal : 26 – 35 tahun
- Dewasa akhir : 36 – 45 tahun
- Lansia awal : 46 – 55 tahun
- Lansia akhir : 56 – 65 tahun
- Manula : 65 tahun – sampai seterusnya

Untuk mempermudah pengerjaan, peneliti menetapkan beberapa kategori saja yang sesuai dengan kategori responden dari penelitian ini yaitu remaja awal – lansia. Kategori ini dianggap sudah bisa menentukan dan menilai hal – hal yang dianggap benar maupun salah.



Gambar 5.2 Diagram Usia

Tabel 5.2 Deskriptif Usia

		USIA			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Valid</i>	15 tahun - 25 tahun (remaja awal & akhir)	212	53,4	53,4	53,4
	26 tahun - 35 tahun (dewasa awal)	71	17,9	17,9	71,3
	36 tahun - 45 tahun (dewasa akhir)	71	17,9	17,9	89,2
	> 46 (lansia)	43	10,8	10,8	100,0
	Total	397	100,0	100,0	

(Sumber : SPSS)

Berdasarkan tabel diatas, dari total 397 responden terdapat 212 responden (53,4%) berusia 15 tahun – 25 tahun (remaja), 71 responden (17,9%) berusia 26 tahun – 35 tahun (dewasa awal), 71 responden (17,9%) berusia 36 tahun – 45 tahun (dewasa akhir), dan 43 responden (10,8%) berusia > 46 tahun (lansia).

Dari hasil diatas bisa dilihat bahwa responden dengan mayoritas pembelian produk PT. Gorilla Perkasa Indonesia ini adalah di usia remaja di usia 15 – 25 tahun. Hal ini sesuai dengan apa yang di *publish* oleh *cnnindonesia.com*, survey anyar dari Piper Jaffray menemukan rata – rata remaja dapat menghabiskan US\$2.600 atau mencapai Rp. 36 juta untuk makanan dan pakaian setiap tahunnya. Remaja menggunakan uang untuk berbelanja di beragam toko retail, *label fashion* dan makan cepat saji.

5.1.2 Analisis Deskriptif Variabel

Analisis data deksriptif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai objek penelitian berdasarkan data dan variabel yang diperoleh. Data penelitian bersumber dari kuesioner yang diisi oleh 397 responden. Pemberian nilai pada setiap jawaban kuesioner dibagi menjadi lima tingkat jawaban yang telah disusun dengan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur, tanggapan atau respons seseorang tentang objek sosial. Biasanya diberikan 5 kategori untuk penilaian yang sering dinamakan “*Likert’s Summated Ratings*”

- Sangat Setuju Skor 5
- Setuju Skor 4
- Netral Skor 3
- Tidak Setuju Skor 2
- Sangat tidak Setuju Skor 1

Data yang telah diolah dari kuesioner nantinya akan dikategorikan dalam lima kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat

rendah. Tujuannya agar memudahkan peneliti dalam menginterpretasikan data.

Pengkategorian dapat diketahui dengan terlebih dahulu menentukan indeks minimum, maksimum, interval, serta rentang sebagai berikut (Sudjana, 2005:47):

- Nilai maksimum = (Skor ideal tertinggi) x (jumlah pertanyaan)
- Nilai minimum = (jumlah pertanyaan) x (skor ideal terendah)
- Interval = Nilai maksimum – nilai minimum (banyak kategori)
- Jarak interval = $\frac{\text{Interval}}{\text{Banyak kategori}}$

Opsi jawaban: (Sudjana, 2001:46)

- Kelas 1 = Kategori sangat tinggi
- Kelas 2 = Kategori tinggi
- Kelas 3 = Kategori sedang
- Kelas 4 = Kategori rendah
- Kelas 5 = Kategori sangat rendah

Metode tersebut digunakan untuk mendapatkan hasil analisis frekuensi jawaban responden atas item pertanyaan yang diberikan dan selanjutnya hasil kuesioner tersebut diuraikan menggunakan tabel frekuensi.

5.1.2.1 Variabel Promosi (P/ X₁)

Variabel bebas yang pertama adalah promosi dengan enam buah pertanyaan yang diberikan pada 397 responden. Pertanyaan yang diberikan memiliki lima pilihan jawaban yaitu

- Sangat Setuju Skor 5
- Setuju Skor 4
- Kurang Setuju Skor 3
- Tidak Setuju Skor 2
- Sangat tidak Setuju Skor 1

Hasil perhitungan untuk menentukan kategori intervalnya adalah sebagai berikut :

Tabel 5.3 Perhitungan Deskriptif Variabel Promosi (P/X₁)

	<i>Descriptive Statistics</i>						
	<i>N</i>	<i>Range</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Sum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
P	397	24,00	6,00	30,00	9927,00	25,0050	4,29999
KP	397	8,00	2,00	10,00	3474,00	8,7506	1,35988
PL	397	20,00	5,00	25,00	8489,00	21,3829	3,56675
KEP	397	44,00	11,00	55,00	18036,00	45,4307	7,91070
Valid N (listwise)	397						

-	Nilai maksimum	= (jumlah pertanyaan) x (Skor ideal tertinggi)
		= 6 x 5 = 30 (Sesuai perhitungan SPSS)
-	Nilai minimum	= (jumlah pertanyaan) x (Skor ideal terendah)
		= 6 x 1 = 6 (Sesuai perhitungan SPSS)
-	Interval	= Nilai maksimum – nilai minimum
		= 30 – 6 = 24 (Sesuai perhitungan SPSS)

$$\begin{aligned}
 \text{Jarak interval} &= \frac{\text{Interval}}{\text{Banyak kategori}} \\
 &= \frac{24}{5} = 4.8 = 5
 \end{aligned}$$

Maka diperoleh interval pengkategorian untuk variabel promosi yaitu :

- Kategori sangat rendah = 6 - 10
- Kategori rendah = 11 - 15
- Kategori sedang = 16 - 20
- Kategori tinggi = 21 - 25
- Kategori sangat tinggi = 26 - 30

Setelah dikelompokkan dalam lima kategori, tingkat penilaian responden mengenai promosi PT. Gorilla Perkasa Indonesia dapat dikelompokkan sebagai berikut :

Tabel 5.4 Tingkat Kategori Variabel Promosi (P/X₁)

No	Kategori	F	%
1.	Sangat Rendah	3	0,8%
2.	Rendah	8	2%
3.	Sedang	47	11,8%
4.	Tinggi	144	67,2%
5.	Sangat Tinggi	195	49,1%
	Total	397	100%

Dari tabel 5.4 dapat dilihat bahwa sebanyak 3 responden (0,8%) termasuk dalam kategori sangat rendah, 8 responden (2%) dalam kategori rendah, 47 responden (11,8%) dalam kategori sedang, 144 responden (67,2%) dalam kategori tinggi dan 195 responden (49,1%) dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian produk PT. Gorilla Perkasa Indonesia dipengaruhi oleh promosi dikategorikan tinggi.

5.1.2 Analisis Deskriptif Variabel

Analisis data deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai objek penelitian berdasarkan data dan variabel yang diperoleh. Data penelitian bersumber dari kuesioner yang diisi oleh 397 responden. Pemberian nilai pada setiap jawaban kuesioner dibagi menjadi lima tingkat jawaban yang telah disusun dengan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur, tanggapan atau respons seseorang tentang objek sosial. Biasanya diberikan 5 kategori untuk penilaian yang sering dinamakan "*Likert's Summated Ratings*"

- Sangat Setuju Skor 5
- Setuju Skor 4
- Netral Skor 3
- Tidak Setuju Skor 2
- Sangat tidak Setuju Skor 1

Data yang telah diolah dari kuesioner nantinya akan dikategorikan dalam lima kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Tujuannya agar memudahkan peneliti dalam menginterpretasikan data.

Pengkategorian dapat diketahui dengan terlebih dahulu menentukan indeks minimum, maksimum, interval, serta rentang sebagai berikut (Sudjana, 2005:47):

- Nilai maksimum = (Skor ideal tertinggi) x (jumlah pertanyaan)
- Nilai minimum = (jumlah pertanyaan) x (skor ideal terendah)
- Interval = Nilai maksimum – nilai minimum (banyak kategori)
- Jarak interval = $\frac{\text{Interval}}{\text{Banyak kategori}}$

Opsi jawaban: (Sudjana, 2001:46)

- Kelas 1 = Kategori sangat tinggi
- Kelas 2 = Kategori tinggi
- Kelas 3 = Kategori sedang
- Kelas 4 = Kategori rendah
- Kelas 5 = Kategori sangat rendah

Metode tersebut digunakan untuk mendapatkan hasil analisis frekuensi jawaban responden atas item pertanyaan yang diberikan dan selanjutnya hasil kuesioner tersebut diuraikan menggunakan tabel frekuensi.

5.1.2.1 Variabel Promosi (P/ X₁)

Variabel bebas yang pertama adalah promosi dengan enam buah pertanyaan yang diberikan pada 397 responden. Pertanyaan yang diberikan memiliki lima pilihan jawaban yaitu

- Sangat Setuju Skor 5
- Setuju Skor 4
- Kurang Setuju Skor 3
- Tidak Setuju Skor 2
- Sangat tidak Setuju Skor 1

Hasil perhitungan untuk menentukan kategori intervalnya adalah sebagai berikut :

Tabel 5.3 Perhitungan Deskriptif Variabel Promosi (P/X₁)

<i>Descriptive Statistics</i>							
	<i>N</i>	<i>Range</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Sum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
P	397	24,00	6,00	30,00	9927,00	25,0050	4,29999
KP	397	8,00	2,00	10,00	3474,00	8,7506	1,35988
PL	397	20,00	5,00	25,00	8489,00	21,3829	3,56675
KEP	397	44,00	11,00	55,00	18036,00	45,4307	7,91070
Valid N (listwise)	397						

- Nilai maksimum = (jumlah pertanyaan) x (Skor ideal tertinggi)
= 6 x 5 = 30 (Sesuai perhitungan SPSS)
- Nilai minimum = (jumlah pertanyaan) x (Skor ideal terendah)
= 6 x 1 = 6 (Sesuai perhitungan SPSS)
- Interval = Nilai maksimum – nilai minimum
= 30 – 6 = 24 (Sesuai perhitungan SPSS)
- Jarak interval = $\frac{Interval}{Banyak\ kategori}$
= 24 / 5 = 4.8 = 5

Maka diperoleh interval pengkategorian untuk variabel promosi yaitu :

- Kategori sangat rendah = 6 - 10
- Kategori rendah = 11 - 15
- Kategori sedang = 16 - 20
- Kategori tinggi = 21 - 25
- Kategori sangat tinggi = 26 - 30

Setelah dikelompokkan dalam lima kategori, tingkat penilaian responden mengenai promosi PT. Gorilla Perkasa Indonesia dapat dikelompokkan sebagai berikut :

Tabel 5.4 Tingkat Kategori Variabel Promosi (P/X₁)

No	Kategori	F	%
1.	Sangat Rendah	3	0,8%
2.	Rendah	8	2%
3.	Sedang	47	11,8%
4.	Tinggi	144	67,2%
5.	Sangat Tinggi	195	49,1%
Total		397	100%

Dari tabel 5.4 dapat dilihat bahwa sebanyak 3 responden (0,8%) termasuk dalam kategori sangat rendah, 8 responden (2%) dalam kategori rendah, 47 responden (11,8%) dalam kategori sedang, 144 responden (67,2%) dalam kategori tinggi dan 195 responden (49,1%) dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian produk PT. Gorilla Perkasa Indonesia dipengaruhi oleh promosi dikategorikan tinggi.

5.1.2.2 Variabel Kelengkapan Produk (KP/X₂)

Variabel bebas selanjutnya adalah kelengkapan produk dengan dua buah pertanyaan yang diberikan pada 397 responden. Pertanyaan yang diberikan memiliki lima pilihan jawaban yaitu

- Sangat Setuju Skor 5
- Setuju Skor 4
- Kurang Setuju Skor 3
- Tidak Setuju Skor 2
- Sangat tidak Setuju Skor 1

Hasil perhitungan untuk menentukan kategori intervalnya adalah sebagai berikut :

-	Nilai maksimum	= (jumlah pertanyaan) x (Skor ideal tertinggi)
		= 2 x 5 = 10 (Sesuai perhitungan SPSS)
-	Nilai minimum	= (jumlah pertanyaan) x (Skor ideal terendah)
		= 2 x 1 = 2 (Sesuai perhitungan SPSS)
-	Interval	= Nilai maksimum – nilai minimum
		= 10 – 2 = 8 (Sesuai perhitungan SPSS)

$$- \text{ Jarak interval} = \frac{\text{Interval}}{\text{Banyak kategori}}$$

$$= 8 / 5 = 1.6 = 2$$

Maka diperoleh interval pengkategorian untuk variabel kelengkapan produk yaitu :

- Kategori sangat rendah = 2 - 3
- Kategori rendah = 3 – 4
- Kategori sedang = 5 - 6
- Kategori tinggi = 7 - 8
- Kategori sangat tinggi = 9 – 10

Setelah dikelompokkan dalam lima kategori, tingkat penilaian responden mengenai kelengkapan produk PT. Gorilla Perkasa Indonesia dapat dikelompokkan sebagai berikut :

Tabel 5.5 Tingkat Kategori Variabel Kelengkapan Produk (KP/X₂)

No	Kategori	F	%
1.	Sangat Rendah	1	0,3%
2.	Rendah	0	0%
3.	Sedang	35	8,8%
4.	Tinggi	122	30,7%
5.	Sangat Tinggi	239	60,2%
	Total	397	100%

Dari tabel 5.5 dapat dilihat bahwa sebanyak 1 responden (0,3%) termasuk dalam kategori sangat rendah, 0 responden (0%) dalam kategori rendah, 35 responden (8,8%) dalam kategori sedang, 122 responden (30,7%) dalam kategori tinggi dan 239 responden (60,2%) dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian produk PT. Gorilla Perkasa Indonesia dipengaruhi oleh kelengkapan produk dikategorikan sangat tinggi.

5.1.2.3 Variabel Kualitas Pelayanan (PL/X₃)

Variabel bebas yang ketiga adalah kualitas pelayanan dengan lima buah pertanyaan yang diberikan pada 397 responden. Pertanyaan yang diberikan memiliki lima pilihan jawaban yaitu

- Sangat Setuju Skor 5
- Setuju Skor 4
- Kurang Setuju Skor 3
- Tidak Setuju Skor 2
- Sangat tidak Setuju Skor 1

Hasil perhitungan untuk menentukan kategori intervalnya adalah sebagai berikut :

- Nilai maksimum = (jumlah pertanyaan) x (Skor ideal tertinggi)
= 5 x 5 = 25 (Sesuai perhitungan SPSS)
- Nilai minimum = (jumlah pertanyaan) x (Skor ideal terendah)
= 5 x 1 = 5 (Sesuai perhitungan SPSS)
- Interval = Nilai maksimum – nilai minimum
= 25 - 5 = 20 (Sesuai perhitungan SPSS)
- Jarak interval = $\frac{Interval}{Banyak\ kategori}$
= 20 / 5 = 4

Maka diperoleh interval pengkategorian untuk variabel kualitas pelayanan yaitu :

- Kategori sangat rendah = 5 - 9
- Kategori rendah = 10 - 13
- Kategori sedang = 14 - 17
- Kategori tinggi = 18 - 21
- Kategori sangat tinggi = 22 – 25

Setelah dikelompokkan dalam lima kategori, tingkat penilaian responden mengenai kualitas pelayanan PT. Gorilla Perkasa Indonesia dapat dikelompokkan sebagai berikut :

Tabel 5.6 Tingkat Kategori Variabel Kualitas Pelayanan (PL/X₃)

No	Kategori	F	%
1.	Sangat Rendah	2	0,5%
2.	Rendah	2	0,5%
3.	Sedang	65	16,4%
4.	Tinggi	122	30,7%
5.	Sangat Tinggi	206	51,9%

Total	397	100%
-------	-----	------

Dari tabel 5.6 dapat dilihat bahwa sebanyak 2 responden (0,5%) termasuk dalam kategori sangat rendah, 2 responden (0,5%) dalam kategori rendah, 65 responden (16,4%) dalam kategori sedang, 122 responden (30,7%) dalam kategori tinggi dan 206 responden (51,9%) dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian produk PT. Gorilla Perkasa Indonesia dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dikategorikan sangat tinggi.

5.1.2.4 Variabel Keputusan Pembelian (KEP/Y)

Variabel terikat adalah keputusan pembelian dengan sebelas buah pertanyaan yang diberikan pada 397 responden. Pertanyaan yang diberikan memiliki lima pilihan jawaban yaitu

- Sangat Setuju Skor 5
- Setuju Skor 4
- Kurang Setuju Skor 3
- Tidak Setuju Skor 2
- Sangat tidak Setuju Skor 1

Hasil perhitungan untuk menentukan kategori intervalnya adalah sebagai berikut :

- Nilai maksimum = (jumlah pertanyaan) x (Skor ideal tertinggi)
= 11 x 5 = 55 (Sesuai perhitungan SPSS)
- Nilai minimum = (jumlah pertanyaan) x (Skor ideal terendah)
= 11 x 1 = 11 (Sesuai perhitungan SPSS)
- Interval = Nilai maksimum – nilai minimum
= 55 - 11 = 44(Sesuai perhitungan SPSS)
- Jarak interval = $\frac{Interval}{Banyak\ kategori}$
= 44/5 = 8,8 = 9

Maka diperoleh interval pengkategorian untuk variabel keputusan pembelian yaitu :

- Kategori sangat rendah = 11 - 19
- Kategori rendah = 20 - 28
- Kategori sedang = 29 - 37
- Kategori tinggi = 38 - 46
- Kategori sangat tinggi = 47 - 55

Setelah dikelompokkan dalam lima kategori, tingkat penilaian responden mengenai keputusan pembelian PT. Gorilla Perkasa Indonesia dapat dikelompokkan sebagai berikut :

Tabel 5.7 Tingkat Kategori Variabel Keputusan Pembelian (KEP/Y)

No	Kategori	F	%
1.	Sangat Rendah	3	0,8%
2.	Rendah	3	0,8%
3.	Sedang	59	14,9%
4.	Tinggi	151	38%
5.	Sangat Tinggi	181	45,5%
Total		397	100%

Dari tabel 5.7 dapat dilihat bahwa sebanyak 3 responden (0,8%) termasuk dalam kategori sangat rendah, 3 responden (0,8%) dalam kategori rendah, 59 responden (14,9%) dalam kategori sedang, 151 responden (38%) dalam kategori tinggi dan 181 responden (45,5%) dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan

bahwa keputusan pembelian produk PT. Gorilla Perkasa Indonesia dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dikategorikan sangat tinggi.

5.1.2.5 Analisis Verifikatif Hasil Penelitian

Menurut Masyhuri (2008:45) analisis verifikatif adalah sebagai berikut: “Memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan.” Analisis verifikatif yang dilakukan peneliti diperjelas dengan metode analisis dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013:36) adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori, dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu suatu hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Metode penelitian verifikatif digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi, kelengkapan produk dan pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Gorilla Perkasa Indonesia.

Berikut analisis yang dilakukan dalam penelitian ini :

5.2.1 Uji Validitas

Validitas adalah sejauh mana keakuratan suatu konsep untuk dijadikan sebagai alat ukur dalam penelitian kuantitatif (Heale & Twycross, 2015). Kemudian Suhartanto (2014) menyatakan bahwa tujuan dari dilakukannya uji validitas adalah untuk mengetahui apakah penelitian yang dilakukan menggunakan alat ukur yang tepat atau tidak.

Uji validitas yang dilakukan penulis terhadap 397 data responden menggunakan korelasi *bivariate*. Dimana yang menjadi tolak ukur suatu indikator dinyatakan valid adalah hasil Sig. (2-tailed). Ketika hasil Sig. (2-tailed) memiliki nilai diatas *cut off value* yaitu 0,05, maka indikator atau elemen tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika nilai Sig. (2-tailed) yang didapat suatu elemen berada di atas 0,05 maka dinyatakan tidak valid (Suhartanto, 2016). Berikut hasil dari Uji Validitas :

TOT	<i>Pearson</i>	,736**	,817**	,802**	,821**	,742**	,807**	1
AL_	<i>Correlation</i>							
P	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	397	397	397	397	397	397	397
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

(Sumber : SPSS)

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 397 responden dan tingkat kesalahan 5%, maka nilai r_{tabel} dapat diperoleh melalui $df=n-2$. Jadi $df 397-2= 395$, maka r_{tabel} adalah 0,098. Jadi analisis *output* dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5.9 Analisis *Output* Uji Validitas Variabel Promosi (P/X₁)

No.	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	P1	0,736	0,098	VALID
2	P2	0,817	0,098	VALID
3	P3	0,802	0,098	VALID
4	P4	0,821	0,098	VALID
5	P5	0,742	0,098	VALID
6	P6	0,807	0,098	VALID

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam pernyataan promosi semua pernyataan dinyatakan valid.

5.2.1.2 Variabel Kelengkapan Produk (KP/X₂)

Tabel 5.10 *Correlations* : Uji Validitas Variabel Kelengkapan Produk (KP/X₂)

		KP1	KP2	TOTAL_KP
KP1	<i>Pearson</i>		1	,896**
	<i>Correlation</i>			
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N		397	397

KP2	<i>Pearson Correlation</i>			,651**	1	,920**
	Sig. (2-tailed)			,000		,000
	N			397	397	397
TOTAL_KP	<i>Pearson Correlation</i>			,896**	,920**	1
	Sig. (2-tailed)			,000	,000	
	N			397	397	397
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

(Sumber:SPSS)

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 397 responden dan tingkat kesalahan 5%, maka nilai r_{tabel} dapat diperoleh melalui $df=n-2$. Jadi $df 397-2= 395$, maka r_{tabel} adalah 0,098. Jadi analisis *output* dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5.11 Analisis Output Uji Validitas Variabel Kelengkapan Produk (KP/X₂)

No.	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	KP1	0,896	0,098	VALID
2	KP2	0,920	0,098	VALID

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam pernyataan kelengkapan produk semua pernyataan dinyatakan valid.

5.2.1.3 Variabel Kualitas Pelayanan (PL/X₃)

Tabel 5.12 Correlations : Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (PL/X₃)

		PL1	PL2	PL3	PL4	PL5	TOTAL_PL
PL1	<i>Pearson Correlation</i>	1	,808**	,713**	,637**	,710**	,890**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	397	397	397	397	397	397

PL2	Pearson Correlation	,808**	1	,749**	,625**	,715**	,895**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	397	397	397	397	397	397
PL3	Pearson Correlation	,713**	,749**	1	,661**	,715**	,880**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	397	397	397	397	397	397
PL4	Pearson Correlation	,637**	,625**	,661**	1	,666**	,822**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	397	397	397	397	397	397
PL5	Pearson Correlation	,710**	,715**	,715**	,666**	1	,872**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	397	397	397	397	397	397
TOTAL_PL	Pearson Correlation	,890**	,895**	,880**	,822**	,872**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	397	397	397	397	397	397

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

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 397 responden dan tingkat kesalahan 5%, maka nilai r_{tabel} dapat diperoleh melalui $df=n-2$. Jadi $df 397-2= 395$, maka r_{tabel} adalah 0,098. Jadi analisis *output* dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5.13 Analisis Output Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (PL/X₃)

No.	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	PL1	0,890	0,098	VALID
2	PL2	0,895	0,098	VALID
3	PL3	0,880	0,098	VALID
4	PL4	0,822	0,098	VALID
5	PL5	0,872	0,098	VALID

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam pernyataan pelayanan semua pernyataan dinyatakan valid.

.2.1.4 Variabel Keputusan Pembelian (KEP/Y)

Tabel 5.14 Correlations : Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (KEP/Y)

		KEP1	KEP2	KEP3	KEP4	KEP5	KEP6	KEP7	KEP8	KEP9	KEP10	KEP11	TOTAL KEP
KEP1	Pearson Correlation	1	.867	.599	.808	.501	.500	.820	.382	.563	.557	.591	.781
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397
KEP2	Pearson Correlation	.867	1	.541	.678	.477	.653	.704	.415	.585	.613	.643	.810
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397
KEP3	Pearson Correlation	.599	.541	1	.700	.534	.623	.810	.465	.566	.606	.602	.798
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397
KEP4	Pearson Correlation	.808	.678	.700	1	.579	.659	.678	.462	.606	.642	.617	.828
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397
KEP5	Pearson Correlation	.501	.477	.534	.579	1	.808	.584	.462	.578	.585	.498	.729
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397
KEP6	Pearson Correlation	.500	.653	.623	.659	.808	1	.741	.478	.704	.675	.683	.845
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397
KEP7	Pearson Correlation	.820	.704	.810	.678	.564	.741	1	.664	.673	.650	.720	.846
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397
KEP8	Pearson Correlation	.382	.415	.465	.462	.462	.478	.664	1	.553	.548	.473	.658
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397
KEP9	Pearson Correlation	.563	.585	.588	.606	.578	.704	.673	.553	1	.753	.707	.833
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397
KEP10	Pearson Correlation	.557	.613	.606	.642	.565	.675	.650	.548	.753	1	.702	.832
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397
KEP11	Pearson Correlation	.591	.643	.602	.617	.686	.683	.720	.473	.707	.702	1	.800
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397
TOTAL KEP	Pearson Correlation	.781	.810	.798	.828	.729	.845	.846	.658	.833	.832	.820	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397	397

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

(Sumber : SPSS)

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 397 responden dan tingkat kesalahan 5%, maka nilai r_{tabel} dapat diperoleh

melalui $df=n-2$. Jadi $df\ 397-2= 395$, maka r tabel adalah 0,098. . Jadi analisis *output* dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 5.15 Analisis Output Uji Validitas Variabel
Keputusan Pembelian (KEP/Y)**

No.	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	KEP1	0,861	0,098	VALID
2	KEP2	0,810	0,098	VALID
3	KEP3	0,798	0,098	VALID
4	KEP4	0,826	0,098	VALID
5	KEP5	0,729	0,098	VALID
6	KEP6	0,845	0,098	VALID
7	KEP7	0,846	0,098	VALID
8	KEP8	0,659	0,098	VALID
9	KEP9	0,833	0,098	VALID
10	KEP10	0,832	0,098	VALID
11	KEP11	0,820	0,098	VALID

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam pernyataan keputusan pembelian semua pernyataan dinyatakan valid.

5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan analisis data yang dilakukan terhadap indikator-indikator kuesioner yang bertujuan untuk memeriksa apakah elemen-elemen yang digunakan dalam kuesioner konsisten atau tidak sebagai alat ukur penelitian (Saunders et. al., 2016). Konsistensi suatu indikator ditandai dengan tidak jauh berbedanya jawaban yang responden berikan terhadap indikator-indikator tersebut (Heale & Twycross, 2015).

Karena pengukuran konstruk menggunakan skala interval dengan *Likertstyle*, maka metode yang tepat untuk digunakan untuk penelitian yang dilakukan yaitu mengukur *Cronbach's Alpha* (Suhartanto, 2016). Alpha

digunakan untuk mengukur konsistensi interval dari suatu skala dimana dilambangkan dengan angka antara 0 sampai dengan 1 (Tavalok & Dennick, 2011).

Tabel 5.16 Interpretasi Nilai Cronbach's Alpha

Cronbach's Alpha	Konsistensi Internal
$\alpha \geq 0,9$	Sangat Baik
$0,9 > \alpha \geq 0,8$	Baik
$0,8 > \alpha \geq 0,7$	Dapat Diterima
$0,7 > \alpha \geq 0,6$	Dipertanyakan
$0,6 > \alpha \geq 0,5$	Buruk
$\alpha < 0,5$	Tidak Dapat Diterima

Sumber: Tavalok dan Dennick (2011)

Berikut hasil uji reliabilitas :

5.2.2.1 Variabel Promosi (P/X₁)

Tabel 5.17 Case Processing Summary : Variabel Promosi (P/X₁)

<i>Case Processing Summary</i>			
		N	%
<i>Cases</i>	<i>Valid</i>	397	100,0
	<i>Excluded^a</i>	0	,0
	<i>Total</i>	397	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

(Sumber : SPSS)

Tabel 5.18 Reliability Statistics : Variabel Promosi (P/X₁)

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,873	6

(Sumber : SPSS)

Dari hasil output SPSS menunjukkan Tabel *Reliability Statistics* yang terlihat sebagai *Cronbach's Alpha* 0,873 > 0,600 sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang merupakan dimensi dari variabel promosi (P/X₁) adalah reliabel.

5.2.2.2 Variabel Kelengkapan Produk (KP/X₂)

Tabel 5.19 Case Processing Summary : Variabel Kelengkapan Produk (KP/X₂)

<i>Case Processing Summary</i>			
		N	%
<i>Cases</i>	<i>Valid</i>	397	100,0
	<i>Excluded^a</i>	0	,0
	<i>Total</i>	397	100,0
<i>a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.</i>			

(Sumber : SPSS)

Tabel 5.20 Reliability Statistics: Variabel Kelengkapan Produk (KP/X₂)

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,785	2

(Sumber : SPSS)

Dari hasil output SPSS menunjukkan Tabel *Reliability Statistics* yang terlihat sebagai *Cronbach's Alpha* $0,785 > 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang merupakan dimensi dari variabel kelengkapan produk (KP/X₂) adalah reliabel.

5.2.2.3 Variabel Kualitas Pelayanan (PL/X₃)

Tabel 5.21 Case Processing Summary : Variabel Kualitas Pelayanan (PL/X₃)

<i>Case Processing Summary</i>			
		N	%
<i>Cases</i>	<i>Valid</i>	397	100,0
	<i>Excluded^a</i>	0	,0
	<i>Total</i>	397	100,0
<i>a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.</i>			

(Sumber : SPSS)

Tabel 5.22 Reliabilty Statistics: Variabel Kualitas Pelayanan (PL/X₃)

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,921	5

(Sumber : SPSS)

Dari hasil output SPSS menunjukkan Tabel *Reliability Statistics* yang terlihat sebagai *Cronbach's Alpha* $0,921 > 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang merupakan dimensi dari variabel kualitas pelayanan (PL/X₃) adalah reliabel.

5.2.2.4 Variabel Keputusan Pembelian (KEP/Y)

Tabel 5.23 Case Processing Summary : Variabel Keputusan Pembelian (KEP/Y)

<i>Case Processing Summary</i>			
		N	%
<i>Cases</i>	<i>Valid</i>	397	100,0
	<i>Excluded^a</i>	0	,0
	<i>Total</i>	397	100,0
<i>a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.</i>			

(Sumber : SPSS)

Tabel 5.24 Reliability Statistics: Variabel Keputusan Pembelian (KEP/Y)

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,941	11

(Sumber : SPSS)

Dari hasil output SPSS menunjukkan Tabel *Reliability Statistics* yang terlihat sebagai *Cronbach's Alpha* 0,941 > 0,600 sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang merupakan dimensi dari variabel keputusan pembelian (KEP/Y) adalah reliabel.

5.2.3 Uji Regresi Berganda

Uji regresi merupakan teknik statistik untuk mengetahui besar pengaruh yang diberikan dan variabel *independent* terhadap variabel *dependent* (Suhartono, 2014). Pada penelitian yang dilakukan, penulis menggunakan regresi berganda karena penulis bermaksud ingin mengetahui pengaruh 5 variabel yaitu promosi, kelengkapan produk,

dan pelayanan terhadap keputusan pembelian. Berikut hasil dari pengujian regresi berganda :

5.2.3.1 Hubungan / Pengaruh antar Variabel secara Parsial

Tabel 5. 25 Correlations : Hubungan /Pengaruh antar Variabel (Parsial)

		<i>Correlations</i>			
		KEP_Y	P_X1	KP_X2	PL_X3
<i>Pearson Correlation</i>	KEP_Y	1,000	,799	,722	,815
	P_X1	,799	1,000	,636	,771
	KP_X2	,722	,636	1,000	,694
	PL_X3	,815	,771	,694	1,000
<i>Sig. (1-tailed)</i>	KEP_Y	.	,000	,000	,000
	P_X1	,000	.	,000	,000
	KP_X2	,000	,000	.	,000
	PL_X3	,000	,000	,000	.
<i>N</i>	KEP_Y	397	397	397	397
	P_X1	397	397	397	397
	KP_X2	397	397	397	397
	PL_X3	397	397	397	397

(Sumber : SPSS)

Pada tabel 5.25 *Correlations* : Hubungan / Pengaruh antar Variabel (Parsial) dapat ditemukan bahwa pengaruh secara parsial adalah:

1. Pengaruh Variabel P_X1 terhadap Variabel KEP_Y adalah sebesar 0,799 atau sebesar 0,638 / 63,8% dengan interpretasi hubungan yang kuat. Menghitung pengaruh kedua variabel tersebut dapat dengan rumus :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

$$Kd = 0,799^2 \times 100\%$$

$$Kd = 63,8\%$$

2. Pengaruh Variabel KP_X2 terhadap Variabel KEP_Y adalah sebesar 0,722 atau sebesar 0,521 / 52,1% dengan interpretasi hubungan yang kuat. Menghitung pengaruh kedua variabel tersebut dapat dengan rumus :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

$$Kd = 0,722^2 \times 100\%$$

$$Kd = 52,1\%$$

3. Pengaruh Variabel PL_X3 terhadap Variabel KEP_Y adalah sebesar 0,815 atau sebesar 0,664 / 66,4% dengan interpretasi hubungan yang kuat. Menghitung pengaruh kedua variabel tersebut dapat dengan rumus :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

$$Kd = 0,815^2 \times 100\%$$

$$Kd = 66,4\%$$

4. Hubungan Variabel P_X1 dengan Variabel KP_X2 adalah sebesar 0,636 atau sebesar 0,404 / 40,4% dengan interpretasi hubungan yang kurang kuat; Menghitung pengaruh kedua variabel tersebut dapat dengan rumus :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

$$Kd = 0,636^2 \times 100\%$$

$$Kd = 40,4\%$$

5. Hubungan Variabel P_X1 dengan Variabel PL_X3 adalah sebesar 0,771 atau sebesar 0,594 / 59,4% dengan interpretasi hubungan yang kuat;

Menghitung pengaruh kedua variabel tersebut dapat dengan rumus :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

$$Kd = 0,771^2 \times 100\%$$

$$Kd = 59,4\%$$

6. Hubungan Variabel KP_X2 dengan Variabel PL_X3 adalah sebesar 0,694 atau sebesar 0,481 / 48,1% dengan interpretasi hubungan yang kurang kuat.

Menghitung pengaruh kedua variabel tersebut dapat dengan rumus :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

$$Kd = 0,694^2 \times 100\%$$

$$Kd = 48,1\%$$

5.2.3.2 Hubungan / Pengaruh antar Variabel secara Simultan

Tabel 5. 26 Model Summary : Hubungan /Pengaruh antar Variabel (Simultan)

<i>Model Summary^b</i>										
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Change Statistics</i>					<i>Durbin-Watson</i>
					<i>R Change</i>	<i>F Change</i>	<i>df1</i>	<i>df2</i>	<i>Sig. F Change</i>	
1	.873 ^a	.763	.761	3.86596	.763	421.698	3	393	.000	1.914

a. Predictors: (Constant), Variabel_X3, Variabel_X2, Variabel_X1

b. Dependent Variable: Variabel_Y

(Sumber : SPSS)

Pada 5.26 *Tabel Model Summary* : Hubungan/ Pengaruh antar Variabel (Simultan) dapat ditemukan bahwa pengaruh secara simultan adalah:

1. Pengaruh Variabel P_X1, Variabel KP_X2, dan Variabel PL_X3 terhadap Variabel KEP_Y adalah sebesar 0,873 atau sebesar 0,763 / 76,3% dengan interpretasi hubungan yang kuat.

Pedoman bagi interpretasi koefisien determinasi (tingkat pengaruh) menurut Sugiyono (2014:249), sesuai dengan Tabel Interpretasi dibawah ini yaitu :

Tabel 5.27 Interpretasi Koefisien Determinasi

Nilai Koefisien Determinasi	Tingkat Keeratan
82% - 100%	Pengaruh sangat kuat
49% - 81%	Pengaruh kuat
17% - 48%	Pengaruh kurang kuat
5% - 16%	Pengaruh tidak kuat
0% - 4%	Pengaruh sangat tidak kuat

Sumber : Sugiyono (2014:249)

5.2.4 Standar Deviasi

Tabel 5.28 Descriptive Statistics : Standar Deviasi

<i>Descriptive Statistics</i>			
	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>	<i>N</i>
KEP_Y	45,4307	7,91070	397
P_X1	25,0050	4,29999	397
KP_X2	8,7506	1,35988	397

PL_X3	21,3829	3,56675	397

(Sumber: SPSS)

Tabel 5. 29 Model Summary : Standar Deviasi

<i>Model Summary^b</i>										
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Change Statistics</i>					<i>Durbin-Watson</i>
					<i>R Square Change</i>	<i>F Change</i>	<i>df1</i>	<i>df2</i>	<i>Sig. F Change</i>	
1	.873	.763	.761	3.86596	.763	421.698	3	393	.000	1.914
<i>a. Predictors: (Constant), Variabel_X3, Variabel_X2, Variabel_X1</i>										
<i>b. Dependent Variable: Variabel_Y</i>										

(Sumber: SPSS)

Karena *Std. Error of the Estimate* pada tabel *Model Summary* lebih kecil dari *Std. Deviation* pada tabel *Descriptive Statistics*, maka dapat dikatakan persamaan regresi tersebut akurat.

5.2.5 Uji Hipotesis

Tabel 5. 30 ANOVA

ANOVA^a

<i>Model</i>		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>1</i>	<i>Regression</i>	18907,694	3	6302,565	421,698	,000 ^b
	<i>Residual</i>	5873,651	393	14,946		
	<i>Total</i>	24781,345	396			

a. *Dependent Variable: KEP_Y*

b. *Predictors: (Constant), PL_X3, KP_X2, P_X1*

(Sumber: SPSS)

Uji F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai F hitung sebesar 421,698. Sementara itu, kriteria penolakah H_0 , jika : $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $F_0 > F_{\alpha, n-1}$, dengan mengambil taraf signifikansi (α) sebesar 5%, maka dari tabel distribusi F didapat nilai $F_{tabel} = 2,63$. Karena 421,698 lebih besar dari 2,63 dan sig F sebesar 0,000 maka H_0 ditolak. Artinya hasil tabel di atas dapat menjelaskan bahwa Variabel P_X1, Variabel KP_X2, dan Variabel PL_X3 dapat berpengaruh secara signifikan terhadap Variabel KEP_Y.

Penentuan f_{tabel} :

Penyebut N_2 $df = n - k - 1$

N_2 = kolom jumlah sampel / data / responden $df =$

Degree of freedom/ derajat bebas n = Jumlah sampel/ data

responden k = Jumlah Variabel Maka; $df = 397 - 4 - 1$ $df = 392$

Nilai f_{tabel} ada pada penyebut N2 kolom ke 392 dan pada pembilang N1 baris ke-3, maka nilai f_{tabel} adalah 2,63.

Pembilang N1

$df = k - 1$

Keterangan :

N1 = Kolom Jumlah Variabel pada f tabel

df = Degree of freedom / derajat bebas

k = Jumlah Variabel

Maka;

$N1 = 4 - 1$

$N1 = 3$

Tabel 5.31
Nilai – Nilai untuk Distribusi F

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S
1	NILAI - NILAI UNTUK DISTRIBUSI F																		
2	Untuk nilai $\alpha =$	0,05																	
3																			
4	dk2 = dk Penyebut (N2)	dk1= dk Pembilang (N1)																	
5		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
386	381	3,87	3,02	2,63	2,40	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,86	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
387	382	3,87	3,02	2,63	2,40	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,86	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
388	383	3,87	3,02	2,63	2,40	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,86	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
389	384	3,87	3,02	2,63	2,40	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,86	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
390	385	3,87	3,02	2,63	2,40	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,86	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
391	386	3,87	3,02	2,63	2,40	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,86	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
392	387	3,87	3,02	2,63	2,40	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,86	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
393	388	3,87	3,02	2,63	2,39	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,86	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
394	389	3,87	3,02	2,63	2,39	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,86	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
395	390	3,87	3,02	2,63	2,39	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,86	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
396	391	3,87	3,02	2,63	2,39	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
397	392	3,87	3,02	2,63	2,39	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
398	393	3,87	3,02	2,63	2,39	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
399	394	3,87	3,02	2,63	2,39	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
400	395	3,87	3,02	2,63	2,39	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
401	396	3,87	3,02	2,63	2,39	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
402	397	3,86	3,02	2,63	2,39	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
403	398	3,86	3,02	2,63	2,39	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
404	399	3,86	3,02	2,63	2,39	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
405	400	3,86	3,02	2,63	2,39	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
406	401	3,86	3,02	2,63	2,39	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
407	402	3,86	3,02	2,63	2,39	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
408	403	3,86	3,02	2,63	2,39	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
409	404	3,86	3,02	2,63	2,39	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
410	405	3,86	3,02	2,63	2,39	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
411	406	3,86	3,02	2,63	2,39	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
412	407	3,86	3,02	2,63	2,39	2,24	2,12	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6

5.2.6 Persamaan Regresi

Tabel 5.32 *Coefficients* : Persamaan Regresi

<i>Coefficients^a</i>										
<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficient</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>Correlations</i>			<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			<i>Zero-order</i>	<i>Partial</i>	<i>Part</i>	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
<i>1 (Constant)</i>	-.820	1.351		-.607	.544					
<i>P_X1</i>	.670	.073	.364	9.220	.000	.799	.422	.226	.387	2.587
<i>KP_X2</i>	1.341	.204	.230	6.588	.000	.722	.315	.162	.493	2.030
<i>PL_X3</i>	.831	.094	.375	8.842	.000	.815	.407	.217	.336	2.976

a. Dependent Variable:
KEP_Y (Sumber :SPSS)

Persamaan Regresi didalam hasil perhitungan kali ini adalah ;

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3$$

$$Y = -0,820 + 0,670.X_1 + 1,341.X_2 + 0,831.X_3$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa koefisien regresi (b) memiliki nilai positif untuk semua variabel dan signifikan pada $\alpha < 0,05$ yang berarti bahwa variabel promosi (P/X₁), variabel kelengkapan produk

(KP/X₂), dan variabel kualitas pelayanan (PL/X₃) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (KEP/ Y) baik secara simultan maupun secara parsial.

5.2.7 Uji T

Tabel 5.33 Coefficients : Uji T

<i>Coefficients^a</i>										
<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>Correlations</i>			<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			<i>Zero-order</i>	<i>Partial</i>	<i>Partial</i>	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
<i>1 (Constant)</i>	-.820	1.351		-.607	.544					
<i>P_X1</i>	.670	.073	.364	9.220	.000	.799	.422	.226	.387	2.587
<i>KP_X2</i>	1.341	.204	.230	6.588	.000	.722	.315	.162	.493	2.030
<i>PL_X3</i>	.831	.094	.375	8.842	.000	.815	.407	.217	.336	2.976

a. Dependent Variable: KEP_Y

(Sumber : SPSS)

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Berdasarkan tabel perhitungan regresi linear berganda diatas dapat diketahui :

1. Secara parsial variabel promosi (P/X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan bukti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,220 > 1,9660$)
2. Secara parsial variabel kelengkapan produk (KP/ X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan bukti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,588 > 1,9660$)

5.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan empat variabel yaitu promosi, kelengkapan produk dan pelayanan sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Penelitian ini menggunakan data primer, hasil penelitian diperoleh dari pengisian kuesioner, dengan jumlah sampel 397 orang konsumen dan yang pernah membeli produk di PT. Gorilla Perkasa Indonesia . Hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian
Secara parsial promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Gorilla Perkasa Indonesia berdasarkan uji t dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,220 > 1,9660$). Hal ini berarti hipotesis 1 diterima, artinya promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian
Secara parsial kelengkapan produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Gorilla Perkasa Indonesia berdasarkan uji t dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,588 > 1,9660$). Hal ini berarti hipotesis 2 diterima, artinya kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian
Secara parsial kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Gorilla Perkasa Indonesia berdasarkan uji t dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,842 > 1,9660$). Hal ini berarti hipotesis 3 diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
4. Pengaruh Promosi, Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian

Secara simultan variabel promosi, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian berdasarkan uji F dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($421,698 > 2,63$). Hal ini berarti hipotesis 4 diterima, artinya promosi, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Gorilla Perkasa Indonesia.

