

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Penelitian**

##### **1. Sejarah Singkat Berdirinya Baker's Queen**

Usaha Baker's Queen adalah usaha perseorangan yang bergerak dalam bidang manufaktur yang telah berdiri sejak tahun 2014, berawal dari sebuah ide untuk mengembangkan usaha roti. Usaha Baker's Queen merupakan usaha roti yang menghasilkan roti, cake, dan donat. Pemiliknya Ibu Hj. Lucyanti, Baker's Queen memiliki bangunan 2 lantai. Lantai 1 digunakan untuk penjualan produk dan tempat produksi sedangkan lantai 2 digunakan untuk menyimpan bahan baku serta tempat sholat. Sejauh ini di dalam perusahaan usaha Baker's Queen tersebut tidak ada keluhan ataupun masalah dalam kualitas produk, bahkan banyak diminati oleh konsumen.

Usaha Baker's Queen memberikan nilai tambah, sehingga usaha roti Baker's Queen sangat optimis dan yakin roti Baker's Queen akan menjadi pimpinan pasar usaha modern di Indonesia sesuai dengan motto "Roti Baker's Queen Kualitas Produk dan Rasa Yang Utama". Usaha Baker's Queen yang beralamat di Jln. Kayuara Lk. 3 Kecamatan Sekayu.

## **2. Visi dan Misi**

### **a. Visi**

Menciptakan sebuah usaha yang unggul dengan kualitas yang terbaik.

### **b. Misi**

1. Membuat berbagai variasi produk, gurih, empuk, dan bergizi sekaligus harga yang terjangkau.
2. Memberikan kualitas produk yang terbaik.
3. Memberikan pelayanan yang terbaik.

## **B. Hasil Penelitian**

### **1. Karakteristik Responden**

Penelitian ini menguraikan pengaruh citra merek, harga, keragaman produk, dan suasana toko terhadap keputusan pembelian pada Baker's Queen Sekayu. Karakteristik responden berguna untuk menguraikan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan. Salah satu tujuan dengan adanya karakteristik responden adalah akan memberikan gambaran pada objek yang menjadi penelitian ini kemudian dikelompokkan menurut jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan, dan frekuensi pembelian. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Baker's Queen Sekayu sebanyak 100 responden yang penulis temui pada saat penelitian berlangsung.

Untuk memperjelas karakteristik responden yang dimaksud, maka akan disajikan dalam tabel mengenai data responden yang dijelaskan berikut ini.

**a. Jenis Kelamin**

Kelompok jenis kelamin dalam penelitian ini terdiri dari 2 kelompok yaitu kelompok laki-laki dan perempuan. Karena perbedaan pada jenis kelamin juga menentukan seseorang untuk melakukan aktivitas, perempuan lebih melakukan hal-hal yang mudah sesuai dengan fisik yang dimilikinya dan lebih memiliki insting yang baik dibandingkan laki-laki dalam hal berbelanja. Berdasarkan penjelasan tersebut maka persentase karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah Responden (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Perempuan	60	60.0
Laki-laki	40	40.0
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

*Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019*

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa dari 100 responden, sebagian besar konsumen yang membeli Baker's Queen Sekayu berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 60 (60.0%) responden. Dan sisanya berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 40 (40.0%) responden.

## b. Usia

Pada analisis terhadap usia, dimaksudkan untuk mengetahui komposisi usia responden. Umur seseorang dapat menentukan bagaimana cara berfikir untuk melakukan keputusan yang rasional. Usia juga dapat diukur untuk melakukan aktivitas dan berproduktivitas. Karena dalam pemasaran sangat penting untuk mengetahui tingkat usia dari konsumen. Berdasarkan penjelasan tersebut maka jumlah responden pada Baker's Queen Sekayu dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini :

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

<b>Usia (Tahun)</b>	<b>Jumlah Responden (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
<15 Tahun	4	4.0
15-25 Tahun	30	30.0
26-36 Tahun	44	44.0
>36 Tahun	22	22.0
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

*Sumber : Hasil Pengelolahan Data, 2019*

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukkan bahwa dari 100 responden, mayoritas konsumen yang membeli roti di Baker's Queen Sekayu berada pada kategori usia 26-36 tahun yaitu sebanyak 44 (44.0%) responden. Sedangkan yang paling sedikit adalah kategori usia < 15 tahun yaitu sebanyak 4 (4.0%) responden. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa konsumen yang membeli roti di Baker's Queen Sekayu didominasi oleh orang dewasa.

### c. Pekerjaan

Analisis terhadap pekerjaan, dimaksudkan untuk mengeraahui komposisi pekerjaan responden. Karena pekerjaan merupakan gambaran dari diri seseorang dan menjalskan peran seseorang dilingkungannya. Semakin tinggi pekerjaan seseorang maka akan mempengaruhi tingkat pendapatan mereka. Berdasarkan penjelasan tersebut maka jumlah responden yang membeli roti di Baker's Queen Sekayu dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut :

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah Responden (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Mahasiswa	17	17.0
PNS	28	28.0
Swasta	31	31.0
TNI/POLRI	6	6.0
Lain-lain	18	18.0
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

*Sumber : Hasil Pengelolahan Data, 2019*

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dari 100 responden, mayoritas responden yang membeli roti di Baker's Queen Sekayu sebagian besar berprofesi Swasta yaitu sebanyak 31 (31.0%) responden. 28 responden berstatus PNS (28.0%). 18 responden berstatus lain-lain (18.0%). Kemudian 17 responden berstatus mahasiswa (17.0%). Dan 6 responden berstatus TNI/POLRI (6.0%).

#### d. Pendapatan

Pada analisis pendapatan, dimaksudkan untuk mengetahui komposisi pendapatan responden. Karena pendapatan menggambarkan seseorang untuk dapat memenuhi kebutuhan mereka dan pendapatan tergantung pada pekerjaan yang dimiliki. Berdasarkan penjelasan tersebut maka karakteristik pendapatan responden yang membeli roti di Baker's Queen Sekayu dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut :

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

<b>Pendapatan (Rp)</b>	<b>Jumlah Responden (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
<Rp.1.000.000	13	13.0
Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000	36	36.0
Rp. 3.000.000- Rp.5.000.000	22	22.0
>Rp. 5.000.000	23	23.0
Lain-lain	6	6.0
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

*Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, sebagian besar responden berpendapatan dari Rp. 1 juta- Rp. 3 juta sebanyak 36 (36.0%). Responden dengan tingkat pendapatan > Rp. 5 juta sebanyak 23 (23.0%) dan responden dengan tingkat pendapatan Rp. 3 juta- Rp. 5 juta sebanyak 22 (22.0%). Sedangkan pada responden yang berpendapatan <Rp. 1 juta sebanyak 13 (13.0%) dan yang berpendapatan lainnya sebanyak 6 (6.0%). Hal ini dapat disimpulkan bahwa yang

membeli roti di Baker's Queen Sekayu rata-rata yang berpendapatan sekitar < Rp. 1 juta dan >Rp. 5 juta.

**e. Frekuensi Pembelian**

Analisis terhadap frekuensi pembelian, dimaksudkan untuk mengetahui seberapa sering melakukan pembelian. Frekuensi pembelian merupakan keadaan dimana tingkatan konsumen yang dilakukan untuk membeli roti di Baker's Queen Sekayu. Berdasarkan penjelasan tersebut maka karakteristik frekuensi pembelian dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut :

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian**

<b>Frekuensi Pembelian</b>	<b>Jumlah Responden (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
1 kali	4	4.0
2-5 kali	37	37.0
5-10 kali	33	33.0
>10 kali	26	26.0
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

*Sumber : Hasil Pengelolahan Data, 2019*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, mayoritas responden yang membeli roti di Baker's Queen Sekayu sebanyak 1-5 kali dalam sebulan dengan jumlah responden 37 (37.0%). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat minat beli konsumen sangat tinggi.

## 2. Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel independen pada penelitian ini adalah variabel citra merek (X1), harga (X2), keragaman produk (X3), dan suasana toko (X4), sedangkan variabel dependennya keputusan pembelian (Y). Deskripsi ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap variabel-variabel tersebut dan dapat dilihat dari uraian sebagai berikut :

### a. Deskripsi Variabel Citra Merek (X1)

Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator dari variabel citra merek (X1) dapat diuraikan sebagai berikut :

**Tabel 4.6**  
**Tanggapan Responden mengenai Variabel Citra Merek**

Item	STS	TS	N	S	SS	Total	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	F	%
X1.1	-	-	-	44	56	100	100,0
X1.2	-	-	4	45	51	100	100,0
X1.3	-	-	4	56	40	100	100,0
X1.4	-	-	8	70	22	100	100,0
X1.5	-	-	11	59	30	100	100,0
X1.6	-	-	27	61	12	100	100,0

*Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019*

Dari tabel 4.6 diatas dapat dilihat pada item X1.1, jawaban dari responden lebih dominan memilih “sangat setuju” yaitu sebanyak 56 orang. Pada item X1.2, jawaban dari responden dominan memilih “sangat setuju” yaitu sebanyak 51 orang. Kemudian pada item X1.3, jawaban dari responden dominan milih “setuju” yaitu sebanyak 56 orang. Pada item X1.4, jawaban dari responden dominan memilih “setuju” yaitu sebanyak 70 orang.

Pada item X1.5, jawaban dari responden dominan memilih “setuju” yaitu sebanyak 59 orang. Dan Pada item X1.6, jawaban dari responden dominan memilih “setuju” yaitu sebanyak 61 orang.

Berdasarkan penjelasan diatas bisa dikatakan semua pernyataan dalam variabel citra merek mendapatkan jawaban yang lebih dominan kearah “sangat setuju dan setuju”. Sehingga, bisa dikatakan bahwa citra merek sangat penting bagi konsumen. Karena ketika citra merek telah mendapatkan nilai plus dimata para konsumen, maka secara tidak langsung para konsumenlah yang akan mendatangi produk tersebut. Sehingga tidak menutup kemungkinan mereka akan melakukan transaksi berulang-ulang dan menjadi pelanggan setia.

#### **b. Deskripsi Variabel Harga (X2)**

Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator dari variabel harga (X2) dapat diuraikan sebagai berikut :

**Tabel 4.7**  
**Tanggapan Responden mengenai Variabel Harga**

Item	STS	TS	N	S	SS	Total	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	F	%
	F	F	F	F	F		
X1.1	-	-	17	39	44	100	100,0
X1.2	-	-	18	54	28	100	100,0
X1.3	-	-	15	58	27	100	100,0
X1.4	-	-	22	61	17	100	100,0
X1.5	-	-	31	35	34	100	100,0
X1.6	-	3	10	54	36	100	100,0
X1.7	-	-	13	74	13	100	100,0
X1.8	-	-	15	60	25	100	100,0

*Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019*

Dari tabel 4.7 diatas dapat dilihat pada item X2.1, jawaban dari responden lebih dominan memilih “sangat setuju” yaitu sebanyak 44 orang. Pada item X2.2, jawaban dari responden dominan memilih “setuju” yaitu sebanyak 54 orang. Kemudian pada item X2.3, jawaban dari responden dominan milih “setuju” yaitu sebanyak 58 orang. Pada item X2.4, jawaban dari responden dominan memilih “setuju” yaitu sebanyak 61 orang. Pada item X2.5, jawaban dari responden dominan memilih “setuju” yaitu sebanyak 35orang. Pada item X2.6, jawaban dari responden dominan memilih “setuju” yaitu sebanyak 54 orang. Pada item X2.7, jawaban dari responden dominan memilih “setuju” yaitu sebanyak 74 orang. Dan Pada item X2.8, jawaban dari responden dominan memilih “setuju” yaitu sebanyak 60 orang.

Berdasarkan penjelasan diatas bisa dikatakan semua pernyataan dalam variabel harga mendapatkan jawaban yang lebih dominan kearah “setuju”. Sehingga, dapat dikatakan bahwa roti yang dijual Baker’s Queen Sekayu menawarkan harga yang cukup terjangkau bagi konsumen.

### **c. Deskripsi Variabel Keragaman Produk (X3)**

Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator dari variabel keragaman produk (X3) dapat diuraikan sebagai berikut :

**Tabel 4.8**  
**Tanggapan Responden mengenai Variabel Keragaman Produk**

Item	STS	TS	N	S	SS	Total	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	F	%
X1.1	-	-	4	41	55	100	100,0
X1.2	-	-	5	64	31	100	100,0
X1.3	-	-	1	53	46	100	100,0
X1.4	-	-	-	48	52	100	100,0
X1.5	-	-	4	68	28	100	100,0
X1.6	-	-	17	58	25	100	100,0
X1.7	-	-	22	56	22	100	100,0
X1.8	-	-	23	63	14	100	100,0

*Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019*

Dari tabel 4.8 diatas dapat dilihat pada item X3.1, jawaban dari responden lebih dominan memilih “sangat setuju” yaitu sebanyak 55 orang. Pada item X3.2, jawaban dari responden dominan memilih “setuju” yaitu sebanyak 64 orang. Kemudian pada item X3.3, jawaban dari responden dominan milih “setuju” yaitu sebanyak 53 orang. Pada item X3.4, jawaban dari responden dominan memilih “sangat setuju” yaitu sebanyak 52 orang. Pada item X3.5, jawaban dari responden dominan memilih “setuju” yaitu sebanyak 68 orang. Pada item X3.6, jawaban dari responden dominan memilih “setuju” yaitu sebanyak 58 orang. Pada item X3.7, jawaban dari responden dominan memilih “setuju” yaitu sebanyak 56 orang. Dan Pada item X3.8, jawaban dari responden dominan memilih “setuju” yaitu sebanyak 63 orang.

Berdasarkan penjelasan diatas bisa dikatakan semua pernyataan dalam variabel keragaman produk mendapatkan

jawaban yang lebih dominan kearah “setuju”. Sehingga, bisa menyatakan bahwa Baker’s Queen Sekayu menyediakan produk roti, kue, dan donat yang beragam dan varian rasa sesuai dengan keinginan konsumen.

**d. Deskripsi Variabel Suasana Toko (X4)**

Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator dari variabel suasana toko (X4) dapat diuraikan sebagai berikut :

**Tabel 4.9**  
**Tanggapan Responden mengenai Variabel Suasana Toko**

Item	STS	TS	N	S	SS	Total	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	F	%
X1.1	-	-	3	36	61	100	100,0
X1.2	-	-	2	40	58	100	100,0
X1.3	-	-	2	45	53	100	100,0
X1.4	-	-	2	53	45	100	100,0
X1.5	-	-	1	36	63	100	100,0
X1.6	-	-	14	60	26	100	100,0
X1.7	-	-	6	43	51	100	100,0
X1.8	-	-	-	50	60	100	100,0

*Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019*

Dari tabel 4.9 diatas dapat dilihat pada item X4.1, jawaban dari responden lebih dominan memilih “sangat setuju” yaitu sebanyak 61 orang. Pada item X4.2, jawaban dari responden dominan memilih “sangat setuju” yaitu sebanyak 58 orang. Kemudian pada item X4.3, jawaban dari responden dominan milih “sangat setuju” yaitu sebanyak 53 orang. Pada item X2.4, jawaban dari responden dominan memilih “setuju” yaitu sebanyak 53 orang. Pada item

X4.5, jawaban dari responden dominan memilih “sangat setuju” yaitu sebanyak 63 orang. Pada item X4.6, jawaban dari responden dominan memilih “setuju” yaitu sebanyak 60 orang. Pada item X4.7, jawaban dari responden dominan memilih “sangat setuju” yaitu sebanyak 51 orang. Dan Pada item X4.8, jawaban dari responden dominan memilih “sangat setuju” yaitu sebanyak 60 orang.

Berdasarkan penjelasan diatas bisa dikatakan semua pernyataan dalam variabel suasana toko mendapatkan jawaban yang lebih dominan kearah “sangat setuju”. Dikarenakan Baker’s Queen Sekayu memiliki sistem penataan produk sangat rapi, menyediakan tempat sholat, toilet dan memiliki suasana toko yang nyaman.

**e. Deskripsi keputusan Pembelian (Y)**

Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator dari variabel keputusan pembelian (Y) dapat diuraikan sebagai berikut :

**Tabel 4.10**  
**Tanggapan Responden mengenai Variabel Keputusan Pembelian**

Item	STS	TS	N	S	SS	Total	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	F	%
Y.1	-	-	10	57	33	100	100,0
Y.2	-	-	17	68	15	100	100,0
Y.3	-	-	19	52	29	100	100,0
Y.4	-	-	24	52	24	100	100,0
Y.5	-	-	10	44	46	100	100,0
Y.6	-	8	41	43	8	100	100,0

*Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019*

Dari tabel 4.10 diatas dapat dilihat pada item Y.1, jawaban dari responden lebih dominan memilih “setuju” yaitu sebanyak 57 orang. Pada item Y.2, jawaban dari responden dominan memilih “setuju” yaitu sebanyak 68 orang. Kemudian pada item Y.3, jawaban dari responden dominan milih “setuju” yaitu sebanyak 52 orang. Pada item Y.4, jawaban dari responden dominan memilih “setuju” yaitu sebanyak 52 orang. Pada item Y.5, jawaban dari responden dominan memilih “sangat setuju” yaitu sebanyak 46 orang. Dan Pada item Y.6, jawaban dari responden dominan memilih “setuju” yaitu sebanyak 43 orang.

Berdasarkan penjelasan diatas bisa dikatakan semua pernyataan dalam variabel keputusan pembelian mendapatkan jawaban yang lebih dominan kearah “setuju”. Sehingga, bisa dikatakan bahwa konsumen sebelum mengambil sebuah keputusan mereka akan mencari informasi tentang kejelasan dan detail dari produk yang akan dibeli atau mereka konsumsi.

### **3. Instrumen Penelitian**

Sebelum membahas pengaruh citra merek, harga, keragaman produk, dan suasana toko terhadap keputusan pembelian, maka terlebih dahulu dilakukan pengujian data yang telah dikumpulkan. Pengujian mencakup uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis deskriptif, uji asumsi

klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinan.

#### a. Uji Validitas

Instrumen penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Penulis mengambil langkah untuk melakukan uji validitas untuk mengetahui seberapa besar valid dari alat ukur yang digunakan dengan analisis validitas metode *bivariate correlation product moment* dengan bantuan program statistik *SPSS 23 for Windows Output* yang dihasilkan dari pengolahan SPSS merupakan data  $r_{hitung}$  untuk lebih mengetahui apakah nilainya signifikan atau tidak, maka dilakukannya uji korelasi dibandingkannya dengan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Agar dapat memperoleh nilai yang signifikan, maka  $r_{hitung}$  harus lebih besar dari  $r_{tabel}$  dengan taraf signifikan 0,05.

Pengujian validitas ini dilakukan menggunakan *SPSS for windows versi 23* dan diperoleh hasil sebagai berikut :

##### 1) Citra Merek (X1)

Hasil dari uji validitas dari item-item pernyataan pada variabel citra merek adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Validitas Terhadap Citra Merek (X1)**

Item	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
X1.1	0,540	0,165	Valid
X1.2	0,590	0,165	Valid
X1.3	0,601	0,165	Valid
X1.4	0,546	0,165	Valid
X1.5	0,448	0,165	Valid

X1.6	0,597	0,165	Valid
------	-------	-------	-------

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan mengenai Citra Merek (X1) dalam kuesioner mempunyai nilai maka  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$  sebesar 0,165, maka pernyataan tersebut valid.

## 2) Harga (X2)

Hasil dari uji validitas dari item pernyataan pada variabel harga adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Validitas Terhadap Harga (X2)**

Item	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
X2.1	0,632	0,165	Valid
X2.2	0,713	0,165	Valid
X2.3	0,544	0,165	Valid
X2.4	0,687	0,165	Valid
X2.5	0,720	0,165	Valid
X2.6	0,691	0,165	Valid
X2.7	0,613	0,165	Valid
X2.8	0,548	0,165	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan mengenai Harga (X2) dalam kuesioner mempunyai nilai maka  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$  sebesar 0,165, maka pernyataan tersebut valid.

## 3) Keragaman Produk (X3)

Hasil dari uji validitas dari item pernyataan pada variabel keragaman produk adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Validitas Terhadap Keragaman Produk (X3)**

Item	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
X3.1	0,539	0,165	Valid
X3.2	0,518	0,165	Valid
X3.3	0,275	0,165	Valid
X3.4	0,189	0,165	Valid
X3.5	0,400	0,165	Valid
X3.6	0,616	0,165	Valid
X3.7	0,728	0,165	Valid
X3.8	0,611	0,165	Valid

*Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019*

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan mengenai Keragaman Produk (X3) dalam kuesioner mempunyai nilai maka  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$  sebesar 0,165, maka pernyataan tersebut valid.

#### 4) Suasana Toko (X4)

Hasil dari uji validitas dari item pernyataan pada variabel keragaman produk adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Validitas Terhadap Suasana Toko (X4)**

Item	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
X4.1	0,534	0,165	Valid
X4.2	0,520	0,165	Valid
X4.3	0,398	0,165	Valid
X4.4	0,505	0,165	Valid
X4.5	0,349	0,165	Valid
X4.6	0,288	0,165	Valid
X4.7	0,513	0,165	Valid
X4.8	0,542	0,165	Valid

*Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019*

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan mengenai Suasana toko (X4) dalam kuesioner

mempunyai nilai maka  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$  sebesar 0,165, maka pernyataan tersebut valid.

#### 5) Keputusan Pembelian (Y)

Hasil dari uji validitas dari item pernyataan pada variabel keputusan pembelian adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Validitas Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Item	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
Y.1	0,560	0,165	Valid
Y.2	0,610	0,165	Valid
Y.3	0,737	0,165	Valid
Y.4	0,628	0,165	Valid
Y.5	0,608	0,165	Valid
Y.6	0,660	0,165	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan mengenai Suasana toko (X4) dalam kuesioner mempunyai nilai maka  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$  sebesar 0,165, maka pernyataan tersebut valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap pernyataan-pernyataan yang sudah valid untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten. Apabila dilakukan pengukuran ulang pada kelompok yang sama dengan alat pengukuran yang sama. Teknik statistik digunakan untuk pengujian tersebut dengan koefisien *Cronbach's Alpha* dengan bantuan *Software of SPSS 23*. Secara

umum suatu instrumen dikatakan reliabel jika memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* > 0.6.

Hasil uji reliabilitas untuk variabel Citra Merek (X<sub>1</sub>), Harga (X<sub>2</sub>), Keragaman Produk (X<sub>3</sub>), Suasana Toko (X<sub>4</sub>), dan Keputusan Pembelian (Y) sebagai berikut :

**Tabel. 4.16**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's alpha item</i>	<i>Cronbach's alpa</i>	Keterangan
Citra Merek (X <sub>1</sub> )	0,715	0,6	Realiabel
Harga (X <sub>2</sub> )	0,759	0,6	Realiabel
Keragaman Produk (X <sub>3</sub> )	0,702	0,6	Realiabel
Suasana Toko (X <sub>4</sub> )	0,672	0,6	Realiabel
Keputusan pembelian (Y)	0,760	0,6	Realiabel

*Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019*

Hasil dari pengujian reliabilitas untuk variabel Citra Merek (X<sub>1</sub>), Harga (X<sub>2</sub>), Keragaman Produk (X<sub>3</sub>), Suasana Toko (X<sub>4</sub>), dan Keputusan Pembelian (Y) dapat dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yaitu uji prasyarat, jika kita menggunakan regresi linear. Uji ini antara lain yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedasitas.

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data residual distribusi secara normal atau tidak. Residual merupakan nilai sisa atau selisih antara nilai variabel dependen y dengan variabel dependen hasil analisis regresi y. Pengujian normalitas menggunakan teknik analisis *Kolmogorov-Smirnov* dan untuk perhitungannya menggunakan program *SPSS 23 for Windows*. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 pada taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Berikut hasil uji normalitas tersebut :

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Normalitas dengan Metode One Sample Kolmogrov-smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,64931827
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,065
	Negative	-,071
Test Statistic		,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil Data Pengolahan, 2019

Dari output di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (*asym,sig 2-tailed*) sebesar 0.200. Ini berarti nilai  $0,200 > 0,05$  maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogrov-smirnov di atas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

## b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui hubungan yang sempurna antar variabel bebas dalam model regresi. Gejala multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *Varian Inflation Factor* (VIF). Tidak terjadi Multikolinieritas, jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00. Uji multikolinieritas penelitian ini dibantu dengan *SPSS 23* dengan hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-8,384	3,951		-2,122	,036		
Citra Merek	,225	,102	,162	2,218	,029	,822	1,217
Harga	,325	,068	,443	4,799	,000	,517	1,934
Kergaman Produk	,262	,100	,235	2,619	,010	,548	1,826
Suasana Toko	,203	,089	,159	2,276	,025	,898	1,114

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

*Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019*

Berdasarkan tabel 4.18 di atas menyatakan bahwa nilai *tolerance* pada citra merek sebesar  $0,822 > 0,10$  dan VIF lebih kecil dari 10,00. Pada harga nilai *tolerance* sebesar  $0,517 > 0,10$  dan VIF lebih kecil dari 10,00. Kemudian pada keragaman produk nilai *tolerance* sebesar  $0,548 > 0,10$  dan VIF lebih kecil dari 10,00. Dan pada suasana toko nilai *tolerance* sebesar  $0,898 > 0,10$  dan

VIF lebih kecil dari 10,00. Dapat disimpulkan nilai *tolerance* tiap variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,00, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

**c. Uji Heteroskedasitas**

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari suatu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Pada penelitian ini untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dengan menggunakan uji *glejser*. Jika nilai signifikansi semua variabel bebas terhadap *abs residual* > 0,05 berarti tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas Glejser**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,090	2,553		1,210	,229
Citra Merek	,054	,066	,091	,828	,410
Harga	-,074	,044	-,235	-1,693	,094
Keragaman Produk	,004	,065	,009	,066	,947
Suasana Toko	-,027	,058	-,050	-,471	,639

a. Dependent Variable: RES2

*Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019*

Dari hasil output heterokedastisitas dengan uji *glejser* pada tabel 4.19 menunjukkan bahwa pada variabel citra merek (X1) nilai signifikansi sebesar 0,410 > 0,05. Pada variabel Harga (X2) nilai

signifikansi sebesar  $0,094 > 0,05$ . Pada variabel Keragaman produk (X3) nilai signifikansi sebesar  $0,947 > 0,05$ . Dan variabel suasana toko (X4) nilai signifikansi sebesar  $0,639 > 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan dari keempat variabel bebas yaitu citra merek, harga, keragaman produk, dan suasana toko tidak terjadi masalah heterokedastisitas dan model regresi yang digunakan pada penelitian ini layak digunakan.

## **5. Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga, keragaman produk, dan suasana toko terhadap keputusan pembelian pada Baker's Queen Sekayu. Tingkat kepercayaan yang digunakan dalam analisis ini adalah  $\alpha$  5%. Model persamaan regresi yang baik adalah yang memenuhi persyaratan asumsi klasik, antara lain semua data berdistribusi normal, model harus bebas dari gejala multikolinieritas dan terbebas dari heterokedastisitas. Hasil pengolahan data analisis regresi berganda dengan menggunakan program *SPSS versi 23* ditunjukkan dalam tabel berikut :

**Tabel 4.20**  
**Hasil Uji Regresi**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-8,384	3,951		-2,122	,036
Citra Merek (X1)	,225	,102	,162	2,218	,029
Harga (X2)	,325	,068	,443	4,799	,000
Keragaman Produk (X3)	,262	,100	,235	2,619	,010
Suasana Toko (X4)	,203	,089	,159	2,276	,025

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

*Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019*

Berdasarkan tabel 4.20 yang diperoleh dari hasil pengolahan dengan menggunakan program *SPSS versi 23*. Maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = -8,384 + 0,225 X_1 + 0,325 X_2 + 0,262 X_3 + 0,203 X_4 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda tersebut, dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Konstanta sebesar -8,384 menyatakan bahwa jika Baker's Queen Sekayu mengabaikan faktor-faktor yang ada yaitu citra merek, harga, keragaman produk, dan suasana toko maka keputusan pembelian akan menurun sebesar 8,384. Hal ini menandakan bahwa Baker's Queen Sekayu harus memperhatikan citra merek, harga, keragaman produk, dan suasana toko untuk mempertahankan keputusan pembelian,
- b. Koefisien regresi untuk citra merek sebesar 0,225 memberikan arti bahwa jika citra merek mengalami kenaikan 1 (satu) skor maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0, 225

dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya dari model regresi adalah tetap.

- c. Koefisien regresi untuk harga sebesar 0,325 memberikan arti bahwa jika harga mengalami kenaikan 1 (satu) skor maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,325 dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya dari model regresi adalah tetap.
- d. Koefisien regresi untuk keragaman produk sebesar 0,262 memberikan arti bahwa jika keragaman produk mengalami kenaikan 1 (satu) skor maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,262 dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya dari model regresi adalah tetap.
- e. Koefisien regresi untuk suasana toko sebesar 0,203 memberikan arti bahwa jika suasana toko mengalami kenaikan 1 (satu) skor maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,203 dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya dari model regresi adalah tetap.

## 6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas pada variabel terikat perlu dilakukan pengujian signifikansi dari masing masing koefisien regresi yaitu dengan menggunakan uji *statistik F-test* dan uji *statistik t-test*, sebagai berikut:

**a. Uji Parsial (Uji t)**

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing atau secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan tingkat kesalahan 5% dengan pengujian 2 sisi. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka dapat disimpulkan variabel tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan.  $T_{tabel}$  dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi  $0.05/2 = 0.025$  (uji 2 sisi) dengan  $df = n-k-1$  atau  $df = 100-4-1 = 95$  (k adalah jumlah variabel independen), didapat  $t_{tabel}$  yakni 1.985. Secara parsial pengaruh dari ketiga variabel independen tersebut terhadap variabel dependen ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 4.21**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-8,384	3,951		-2,122	,036
	Citra Merek (X1)	,225	,102	,162	2,218	,029
	Harga (X2)	,325	,068	,443	4,799	,000
	Keragaman Produk (X3)	,262	,100	,235	2,619	,010
	Suasana Toko (X4)	,203	,089	,159	2,276	,025

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

*Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019*

Berdasarkan tabel 4.21 di atas dapat diketahui nilai *coefficients* antara variabel citra merek, harga, keragaman produk, dan suasana toko terhadap keputusan pembelian sebagai berikut :

1) Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel *coefficients* nilai  $t_{hitung}$  2,218 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,218 > 1,985$ ) dengan signifikan t sebesar 0,029 karena signifikan t lebih kecil dari 5% ( $0,029 < 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Baker's Queen Sekayu.

2) Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel *coefficients* nilai  $t_{hitung}$  4,799 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,799 > 1,985$ ) dengan signifikan t sebesar 0,000 karena signifikan t lebih kecil dari 5% ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Baker's Queen Sekayu.

3) Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel *coefficients* nilai  $t_{hitung}$  2,619 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,619 > 1,985$ ) dengan signifikan t sebesar 0,010 karena signifikan t lebih kecil dari 5% ( $0,010 < 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa keragaman produk

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Baker's Queen Sekayu.

4) Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel *coefficients* nilai  $t_{hitung}$  2,276 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,276 > 1,985$ ) dengan signifikan t sebesar 0,025 karena signifikan t lebih besar dari 5% ( $0,025 < 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Baker's Queen Sekayu.

**b. Uji Simultan (Uji F)**

Uji simultan F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen/bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Uji F dilakukan dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$ .  $F_{tabel}$  dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi 0,05  $df = k-1$  atau  $5 - 1 = 4$  atau  $100 - 5 = 95$  (k adalah jumlah variabel). Dari hasil analisis diperoleh hasil output pada tabel berikut:

**Tabel 4.22**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	374,405	4	93,601	33,019	,000 <sup>b</sup>
	Residual	269,305	95	2,835		
	Total	643,710	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Suasana Toko (X4), Keragaman Produk (X3), Citra Merek (X1), Harga (X2)

*Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019*

- 1) Berdasarkan pada tabel 4.22 dapat diketahui  $F_{hitung}$  sebesar 35,211. Sehingga nilai tersebut menjelaskan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $33,019 > 2,47$ ) yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan kata lain, citra merek, harga, keragaman produk, dan suasana toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- 2) Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (sig) yang sebesar 0.000 yang berarti sig F ( $0,000 < 0,05$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat signifikansi yang kuat terjadi pada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Maka kesimpulannya citra merek ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), keragaman produk ( $X_3$ ), dan suasana toko ( $X_4$ ) berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian (Y).

**c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menjelaskan seberapa besar proporsi variasi variable dependen dijelaskan oleh variable independen. Jika ( $R^2$ ) semakin besar nilainya (mendekati 1), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (Citra Merek, Harga, Keragaman Produk, dan

Suasana Toko) kuat terhadap variabel terikat (Pengambilan keputusan pembelian). Berarti model yang digunakan semakin kuat menerangkan pangaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) ditentukan oleh nilai *adjusted R Square* sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.23**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,763 <sup>a</sup>	,582	,564	1,684

a. Predictors: (Constant), Suasana Toko (X4), Keragaman Produk (X3), Citra Merek (X1), Harga (X2)

*Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019*

Berdasarkan tabel 4.23 dapat disimpulkan bahwa Hasil analisis variabel bebas terhadap variabel terikat menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasinya ( $R^2$ ) sebesar 0,564. Hal ini berarti seluruh variabel bebas yakni citra merek ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), keragaman produk ( $X_3$ ) dan suasana toko ( $X_4$ ) mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 56,4% terhadap variabel terikat (Y) yakni keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 43,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

### **C. Pembahasan**

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat bahwa secara simultan semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, sedangkan secara parsial (individu) tidak semua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat. Adapun penjelasan mengenai hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

#### **1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Baker's Queen Sekayu**

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis dapat dijelaskan pengaruh variabel independen (X) yaitu variabel Citra Merek, Harga, Keragaman Produk, dan Suasana Toko terhadap variabel dependen (Y) yaitu variabel keputusan pembelian sebagai berikut :

$H_0$  : tidak terdapat pengaruh signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian

$H_a$  : terdapat pengaruh signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil uji hipotesis (t) menunjukkan bahwa diketahui nilai  $t_{hitung} = 2,218$  yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,218 > 1,985$ ) dengan signifikan t sebesar 0,029 karena signifikan t lebih kecil dari 5% ( $0,029 < 0,05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Baker's Queen Sekayu.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berdampak positif terhadap keputusan pembelian artinya citra merek yang dibuat oleh Baker's Queen Sekayu mudah diingat oleh para konsumen hingga sekarang. Karena Baker's Queen konsisten dalam melakukan inovasi sehingga merubah pandangan konsumen dalam menilai roti/kue yang dapat dilihat dari reputasi perusahaan. Dimana Semakin baik citra merek maka semakin tinggi konsumen akan membeli produk.

Menurut Ferrinadewi mendefinisikan citra merek adalah persepsi tentang merek yang merupakan refleksi memori konsumen akan asosiasi pada merek tersebut.<sup>1</sup> Citra merek yang positif akan memberikan manfaat bagi produsen untuk lebih dikenal konsumen. Dengan kata lain, konsumen akan menentukan pilihannya untuk membeli produk yang mempunyai citra yang baik. Begitu sebaliknya, jika citra merek negatif, maka konsumen cenderung akan mempertimbangkan lebih jauh lagi ketika akan membeli produk.

Adapun penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siska Henita (2018) mengatakan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian oleh Muhammad Romadhoni (2015) yang mengatakan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

---

<sup>1</sup>Erna Ferrinadewi, *Merek dan Psikologi Konsumen*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm.

## **2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Baker's Queen Sekayu**

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis dapat dijelaskan pengaruh variabel independen (X) yaitu variabel Citra Merek, Harga, Keragaman Produk, dan Suasana Toko terhadap variabel dependen (Y) yaitu variabel keputusan pembelian sebagai berikut :

$H_0$  : tidak terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian

$H_a$  : terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa diketahui nilai  $t_{hitung} = 4,799$  yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,799 > 1,985$ ) dengan signifikan  $t$  sebesar 0,000 karena signifikan  $t$  lebih kecil dari 5% ( $0,000 < 0,05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Baker's Queen Sekayu.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga yang diberikan oleh Baker's Queen Sekayu berdampak positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti pelanggan memilih produk dengan harga yang murah dan relatif terjangkau, dalam penelitian ini harga yang ditetapkan Baker's Queen Sekayu cukup terjangkau dengan kualitas yang diberikan.

Hal ini berarti hubungan antara harga terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif artinya bahwa semakin murah harga yang ditawarkan, harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk, dan harga yang sesuai dengan manfaat yang diperoleh maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat.

Menurut Kotler dan Keller harga adalah salah satu elemen dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen ini menghasilkan biaya. Dan harga juga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.<sup>2</sup>

Harga sering dijadikan pertimbangan sebuah produk atau jasa. Sebab semakin tinggi harga suatu produk atau jasa maka akan semakin banyak pertimbangan yang dilakukan oleh konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Namun jika harga yang ditawarkan cukup sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen, maka hal ini akan membuat konsumen tidak ragu dalam menentukan keputusan pembelian.

Adapun penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Fajar Setianingsih (2016) mengatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian oleh Wafalu'lu'atul Maemanah (2017) yang mengatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

---

<sup>2</sup>Danang Sunyoto, *Study Kelayakam Bisnis*, (Yogyakarta: CAPS, 2014), hlm. 132

### **3. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Baker's Queen Sekayu**

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis dapat dijelaskan pengaruh variabel independen (X) yaitu variabel Citra Merek, Harga, Keragaman Produk, dan Suasana Toko terhadap variabel dependen (Y) yaitu variabel keputusan pembelian sebagai berikut :

Ho : tidak terdapat pengaruh signifikan antara keragaman produk terhadap keputusan pembelian

Ha : terdapat pengaruh signifikan antara keragaman produk terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil uji hipotesis (t) menunjukkan bahwa diketahui nilai  $t_{hitung} = 2,619$  yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,619 > 1,985$ ) dengan signifikan t sebesar 0,010 karena signifikan t lebih kecil dari 5% ( $0,010 < 0,05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Baker's Queen Sekayu.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keragaman produk berdampak positif terhadap keputusan pembelian artinya dengan beragamnya jenis roti, kue dan donat dan varian rasa yang ditawarkan oleh Baker's Queen Sekayu mampu membuat konsumen untuk lebih mudah dalam menentukan produk mana yang akan dibeli.

Hal ini disebabkan karena Baker's Queen Sekayu memiliki macam-macam roti, kue dan donat mulai dari beberapa varian rasa,

ukuran dan kualitas serta ketersediaan roti setiap saat. Oleh karena itu dengan adanya berbagai macam roti dan varian rasa maka akan memudahkan konsumen dalam memilih dan membeli roti.

Menurut Fandy Tjiptono keragaman produk adalah keputusan tentang penempatan produk berkaitan dengan ketersediaan produk atau keragaman produk dalam jumlah yang sesuai dan di lokasi yang sangat tepat. Semakin bertambahnya jumlah dan jenis produk yang dijual disuatu tempat maka konsumen pun akan merasa puas jika melakukan pembelian di tempat serupa dan akan ulangi untuk pembelian.<sup>3</sup>

Adapun penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rasmulia Sembiring (2016) mengatakan bahwa keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian oleh Reza Dani Prastika (2017) yang mengatakan bahwa keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### **4. Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Baker's Queen Sekayu**

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis dapat dijelaskan pengaruh variabel independen (X) yaitu variabel Citra Merek, Harga, Keragaman Produk, dan Suasana Toko terhadap variabel dependen (Y) yaitu variabel keputusan pembelian sebagai berikut :

---

<sup>3</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, (Yogyakarta: Andi, 2015), hlm. 348

$H_0$  : tidak terdapat pengaruh signifikan antara keragaman produk terhadap keputusan pembelian

$H_a$  : terdapat pengaruh signifikan antara keragaman produk terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil uji hipotesis (t) menunjukkan bahwa diketahui nilai  $t_{hitung} = 2,276$  yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,276 > 1,985$ ) dengan signifikan t sebesar 0,025 karena signifikan t lebih kecil dari 5% ( $0,025 < 0,05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Baker's Queen Sekayu.

Hasil ini menunjukkan bahwa suasana toko berdampak positif terhadap keputusan pembelian, ini disebabkan karena suasana yang diberikan Baker's Queen Sekayu memiliki suasana yang nyaman, bersih, dan pengelompokkan roti sangat rapi. Ini membuat konsumen nyaman ketika berkeliling untuk mencari produk yang diinginkan.

Suasana toko dapat digambarkan sebagai perubahan terhadap perencanaan lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan pembelian. Dengan pengelolaan suasana toko yang baik maka akan menciptakan pengalaman belanja yang nyaman dan menyenangkan, sehingga konsumen akan memberikan persepsi baik terhadap suasana toko dan semakin besar dorongan untuk melakukan pembelian di toko tersebut.

Menurut Kotler dan Keller suasana toko yang nyaman akan mempengaruhi keadaan emosi pelanggan yang nantinya membuat pelanggan menjadi senang dan juga membangkitkan keinginan pelanggan untuk datang kembali.<sup>4</sup>

Adapun penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Fajar Setianingsih (2016) mengatakan bahwa suasana toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian oleh Yoga Prambudi (2017) yang mengatakan bahwa suasana toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

## **5. Pengaruh Citra Merek, Harga, Keragaman Produk, dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Baker's Queen Sekayu**

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat bahwa secara simultan (bersamaan) variabel citra merek, harga, keragaman produk, dan suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat. Pengujian yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa nilai  $F_{hitung}$  yang diperoleh sebesar 33,019 sedangkan  $F_{tabel}$  dengan signifikan 0,05, hasil yang diperoleh untuk  $F_{tabel}$  sebesar 2,47. Karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $33,019 > 2,47$ ) dengan signifikan  $f$  sebesar 0,000 karena signifikan  $t$  lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) sehingga  $H_0$

---

<sup>4</sup>Philip Kotler dan Kevin Kaler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 15, (Jakarta: Erlangga, 2016), hlm. 61

ditolak dan  $H_a$  diterima artinya citra merek, harga, keragaman produk, dan suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Baker's Queen Sekayu.

Berdasarkan dari variabel diatas pengaruh yang diberikan keempat variabel bebas tersebut bersifat positif artinya semakin baik citra merek, harga terjangkau, banyaknya keragaman produk yang dijual dan suasana toko yang nyaman maka mengakibatkan semakin tinggi pula keputusan pembelian pada Baker's Queen Sekayu.

Menurut Schiffman dan Kanuk keputusan pembelian adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Dengan kata lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Jika seseorang mempunyai pilihan antara melakukan pembelian atau tidak, maka orang itu berada dalam posisi mengambil keputusan.<sup>5</sup>

Hasil uji *adjusted R<sup>2</sup>* pada penelitian ini diperoleh nilai *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,564 yang berarti bahwa besarnya pengaruh antara variabel citra merek, harga, keragaman produk, dan suasana toko terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 56,4%, sedangkan sisanya sebesar 43,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

---

<sup>5</sup>E.M. Sangadji, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi, 2013), hlm. 120