

## BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Pasaraya JM Palembang

PT. Jaya Masawan Putra Sejahtera atau yang biasa disebut JM Group, merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang ritail. Visi dan Misi perusahaan ini adalah untuk menjadi pemimpin ritail lokal dan peritail nasional dengan menyediakan jenis produk yang lengkap, harga terjangkau dan memberikan kenyamanan berbelanja serta pelayanan yang baik kepada konsumen. Untuk mencapai visi dan misi tersebut maka ditanamkan kepada setiap karyawan tentang budaya LOJUPAS, yakni Loyal, Jujur, Patuh dan Semangat sebagai budaya dalam setiap pribadi karyawan sehingga diharapkan akan membawa perusahaan terus eksis dan semakin berkembang dari waktu ke waktu.<sup>1</sup>

### B. Karakteristik Responden

#### 1. Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada tabel berikut ini.

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

		Frequency	Percent	Valid Percent	CumulativePercent
Valid	Laki-laki	27	36,0	36,0	36,0
	Wanita	48	64,0	64,0	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

Sumber : data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan pada tabel 4.1 dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 27 orang (36,0%) dan responden berjenis kelamin wanita berjumlah 48 orang (64,0%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah wanita.

#### 2. Usia Responden

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia responden pada tabel berikut ini:

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

---

<sup>1</sup><https://www.qerja.com/company/view/jaya-masawan-putra-sejahtera-pt.> (diakses tgl 19 Februari 2020)

### USIA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<17 Tahun	17	22,7	22,7
	8-23 Tahun	20	26,7	49,3
	4-28 Tahun	17	22,7	72,0
	>28 Tahun	21	28,0	100,0
	Total	75	100,0	100,0

Sumber : data primer yang diolah , 2020

Berdasarkan keterangan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden berusia antara <17 tahun berjumlah 17 orang, usia 18-23 tahun berjumlah 20 orang, usia 24-28 tahun berjumlah 17 orang, dan usia >28 tahun berjumlah 21 orang. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia antara >28 tahun.

### 3. Pekerjaan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada tabel berikut ini:

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

#### PEKERJAAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	30	40,0	40,0
	Pengawai Swasta	10	13,3	53,3
	PNS	4	5,3	58,7
	Wiraswasta	7	9,3	68,0
	Lain-lain	24	32,0	100,0
	Total	75	100,0	100,0

Sumber : data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden berdasarkan pekerjaan berjumlah Pelajar/Mahasiswa 30 orang, Pengawai Swasta berjumlah 10 orang, PNS berjumlah 4 orang, Wiraswasta berjumlah 7 orang, dan lainnya berjumlah 24 orang. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan Pelajar/Mahasiswa.

### 4. Frekuensi Melakukan Pembelian

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian dalam 1 bulan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.4**

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Dalam 1 Bulan

FREKUENSI					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<2X	32	42,7	42,7	42,7
	3X	10	13,3	13,3	56,0
	>3X	33	42,7	42,7	98,7
	Total	75	100,0	100,0	

Sumber : data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.4 dapat diketahui bahwa responden berdasarkan frekuensi pembelian <2X kali berjumlah 32 orang, pembelian 3X berjumlah 10 orang, dan pembelian >3X berjumlah 33 orang. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden frekuensi pembelian adalah >3X kali dalam 1 bulan.

### C. Uji Instrumen Penelitian

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membenadangkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika r hitung > r tabel dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid.

**Tabel 4.5**

**Hasil Uji Instrumen Validitas Variabel Harga (X<sub>1</sub>)**

Variabel	Item Pernyataan	R -Hitung	R – Tabel	Keterangan
Harga	Harga 1	0.192	0.1914	Valid
	Harga 2	0.187	0.1914	Valid
	Harga 3	0.251	0.1914	Valid
	Harga 4	0.400	0.1914	Valid
	Harga 5	0.163	0.1914	Valid
	Harga 6	0.445	0.1914	Valid
	Harga 7	0.038	0.1914	Valid
	Harga 8	0.278	0.1914	Valid
	Harga 9	0.382	0.1914	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa setiap item pertanyaan mempunyai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,1914) dan bernilai positif. Sehingga dinyatakan valid.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Instrumen Validitas Variabel Promosi (X<sub>2</sub>)**

Variabel	Item Pernyataan	R – Hitung	R - Tabel	Keterangan
Promosi	Promosi 1	0.079	0.1914	Valid
	Promosi 2	0.263	0.1914	Valid
	Promosi 3	0.421	0.1914	Valid
	Promosi 4	0.258	0.1914	Valid
	Promosi 5	0.662	0.1914	Valid
	Promosi 6	0.465	0.1914	Valid
	Promosi 7	0.331	0.1914	Valid
	Promosi 8	0.395	0.1914	Valid
	Promosi 9	0.482	0.1914	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa setiap item pertanyaan mempunyai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,1914) dan bernilai positif. Sehingga dinyatakan valid.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Instrumen Validitas Variabel Suasana Toko (X<sub>3</sub>)**

Variabel	Item Pernyataan	R – Hitung	R - Tabel	Keterangan
Suasana Toko	Suasana Toko 1	0.125	0.1914	Valid
	Suasana Toko 2	0.055	0.1914	Valid
	Suasana Toko 3	0.388	0.1914	Valid
	Suasana Toko 4	0.085	0.1914	Valid
	Suasana Toko 5	0.379	0.1914	Valid
	Suasana Toko 6	0.336	0.1914	Valid
	Suasana Toko 7	0.154	0.1914	Valid

Suasana Toko	Suasana Toko 8	0.414	0.1914	Valid
	Suasana Toko 9	0.346	0.1914	Valid
	Suasana Toko 10	0.372	0.1914	Valid
	Suasana Toko 11	0.065	0.1914	Valid
	Suasana Toko 12	0.152	0.1914	Valid
	Suasana Toko 13	0.296	0.1914	Valid
	Suasana Toko 14	0.024	0.1914	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa setiap item pertanyaan mempunyai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,1914) dan bernilai positif. Sehingga dinyatakan valid.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Instrumen Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

Variabel	Item Pernyataan	R – Hitung	R - Tabel	Keterangan
Keputusan Pembelian	Keputusan Pembelian 1	0.432	0.1914	Valid
	Keputusan Pembelian 2	0.649	0.1914	Valid
	Keputusan Pembelian 3	0.248	0.1914	Valid
	Keputusan Pembelian 4	0.608	0.1914	Valid
	Keputusan Pembelian 5	0.659	0.1914	Valid
	Keputusan Pembelian 6	0.429	0.1914	Valid
	Keputusan Pembelian 7	0.485	0.1914	Valid
	Keputusan Pembelian 8	0.673	0.1914	Valid
	Keputusan Pembelian 9	0.369	0.1914	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa setiap item pertanyaan mempunyai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,1914) dan bernilai positif. Sehingga dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Dalam suatu kuisioner dapat dikatakan reliabel apabila setiap variabel mempunyai *Cronbach's Alpha* > 0,60 atau Koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,60.

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji Instrumen Reabilitas**

Variabel	N of item	<i>Cronbach'sAlpa</i>	Keterangan
Harga	9	0.655	Reabilitas
Promosi	9	0.723	Reabilitas
Suasana Toko	14	0.695	Reabilitas

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa dari masing-masing variabel memiliki *Cronbach'sAlpa* > 0,60, dengan demikian variabel Harga, Promosi dan Suasana Toko dapat dikatakan reliabel.

**D. Hasil Analisis Data**

**1. Uji Asumsi Klasik**

**a. Uji Normalitas**

Uji normalitas ini digunakan untuk menguji apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Jika nilai signifikan > 0,05, maka berdistribusi normal. Sebaliknya apabila nilai signifikan < 0,05, maka berdistribusi tidak normal. Dalam penelitian ini normalitas residual menggunakan metode *one-sampel kolmogorov smirnov* (1-Sample-KS). Hasil uji normalitas secara statistik *kolmogorov smirnov* dengan bantuan SPSS dapat dilihat melalui tabel berikut:

**Tabel 4.10**

**Uji Normalitas Menggunakan Metode *Kolmogorov-Smirnov* Test**

		Standardized Residual
		75
Normal	Mean	,0000000
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	,97952001
Most Extreme Differences	Absolute	,177
	Positive	,177
	Negative	-,119
Kolmogorov-Smirnov Z		1,534
Asymp. Sig. (2-tailed)		,018

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa hasil dari uji normalitas *kolmogorov smirnov* mempunyai nilai signifikan yang dihasilkan sebesar 0.018 > 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini tergolong normal karena nilai yang dihasilkan > 0,05.

**b. Uji Linieritas**

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis berhubungan secara linier atau tidak. Uji linieritas dapat dilihat dari nilai *Sig. Linearity* < 0,05, maka dapat dikatakan linier dan sebaliknya.

**Tabel 4.11**  
**Uji Linieritas Harga, Promosi dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian**

Variabel	Signifikan
Harga	0,002
Promosi	0,000
Suasana Toko	0,004

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan dari hasil *output* uji normalitas pada tabel 4.11 nilai signifikan yang dihasilkan dari masing-masing variabel < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel harga, promosi dan suasana toko terhadap keputusan pembelian terdapat hubungan linier.

**c. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk melihat adanya multikolinieritas dapat dilakukan dengan cara mencari besarnya *variance inflation* gejala dari (1) nilai *tolerance* (2) nilai *variance inflation factor* (VIF) sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Uji Multikolinieritas Tolerance dan VIF**

Model	Tolerance	VIF
Harga	0.537	1,862
Promosi	0.543	1,843
Suasana Toko	0.721	1,388

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Dari hasil *output* tabel 4.12 diketahui nilai *tolerance* seluruh variabel *independen* > 0.10. sedangkan nilai variabel *inflation factor*

(VIF) seluruh variabel *independen* < 10. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

**d. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas diuji dengan melihat hasil diagnosa adanya ketidaksamaan heteroskedastisitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai residual masing-masing variabel independen dengan nilai signifikan harus > 0,05, dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.13**

**Uji Heteroskedastisitas Untuk Harga, Promosi dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,007	3,701		1,083	,283
TOTAL HARGA	-,117	,162	-,115	-,718	,475
TOTAL PROMOSI	,095	,101	,148	,935	,353
TOTAL SUASANA TOKO	-,039	,136	-,040	-,286	,776

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Dari hasil gambar output tabel 4.13 menunjukkan nilai masing-masing variabel > 0,05 maka dapat dikatakan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

**E. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis linier berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan suasana toko terhadap keputusan pembelian busana muslim pada Pasaraya JM Palembang. Hasil tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.14**

**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,201	4,319		2,825	,006
HARGA (X1)	,122	,065	-,217	-1,880	,064
PROMOSI (X2)	,247	,108	,272	2,293	,025
SUASANA TOKO (X3)	,309	,133	,300	2,326	,023

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.14 dapat dilihat koefisien regresi masing-masing variabel dengan bantuan program SPSS diperoleh persamaan regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 0,12201 + 0,122X_1 + 0,247 X_2 + 0,309 X_3$$

Analisis regresi linier berganda diatas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta sebesar 0,12201 (Positif) artinya, jika variabel harga, promosi dan suasana toko bernilai nol, maka variabel keputusan pembelian mengalami peningkatan sebesar 0,12201.
2. Koefisien regresi harga sebesar 0,122 artinya jika harga mengalami kenaikan sebesar 1% maka keputusan pembelia mengalami peningkatan sebesar 0,122. Koefisien bernilai positif, artinya terjadi hubungan searah antara harga dengan keputusan pembelian.
3. Nilai koefisien variabel promosi adalah sebesar 0,247. Artinya jika promosi mengalami kenaikan sebesar 1% maka dapat diartikan bahwa variabel promosi mengalami peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,247 koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara peomosi dengan keputusan pembelian.
4. Koefisien variabel suasana toko adalah sebesar 0,309. Menyatakan bahwa setiap peningkatan 1% pada suasana toko maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,309. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara suasana toko dengan keputusan pembelian.

## F. Uji Hipotesis

### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat dalam regresi linier berganda. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,06$ , maka hipotesis diterima, variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat. Nilai  $t_{tabel}$  yang didapat berdasarkan penelitian ini adalah sebagai berikut:

n = Jumlah opservasi  
k = Jumlah variabel penelitian  
df = n-k  
df = 75 - 4 = 71

Nilai signifikan yang digunakan adalah 0,06 maka, nilai  $t_{tabel} = 1.66660$ .

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,201	4,319		2,825	,006
1 HARGA (X1)	-,122	,065	-,217	1,880	,064
PROMOSI (X2)	,247	,108	,272	2,293	,025
SUASANA	,309	,133	,300	2,326	,023
TOKO (X3)					

Sumber : Data diolah peneliti, 2020

Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikan  $> 0,06$  maka hipotesis ditolak. Berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikan  $< 0,06$  maka hipotesis diterima, berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan tabel 4.15 hasil uji t adalah sebagai berikut:

- a. Pada variabel harga  $T_{hitung}$  memiliki nilai positif yaitu 1,880  $T_{hitung} > T_{tabel}$  1,66660. dan nilai signifikan  $0,64 < 0,06$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- b. Pada variabel promosi  $T_{hitung}$  memiliki nilai positif yaitu 2,293  $T_{hitung} > T_{tabel}$  1,66660. dan nilai signifikan  $0,25 < 0,06$  maka dapat disimpulkan variabel promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- c. Pada variabel suasana toko  $T_{hitung}$  memiliki nilai positif yaitu 2,326  $T_{hitung} > T_{tabel}$  1,66660. dan nilai signifikan  $0,23 < 0,06$  maka dapat disimpulkan variabel promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**d. Uji Simultan (Uji f)**

Uji Simultan (Uji f) bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh harga, promosi dan suasana toko terhadap keputusan pembelian busana muslim di Pasaraya JM Palembang. Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	529,019	3	176,340	7,151	,000 <sup>b</sup>
Residual	1750,901	71	24,661		
Total	2279,920	74			

Sumber : Data diolah peneliti, 2020

Uji F dikatakan berpengaruh jika nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel} > 3,10$  sedangkan apabila nilai  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel} < 3,10$  maka uji F dikatakan tidak berpengaruh. Berdasarkan tabel 4.16 diatas, maka dapat dijelaskan bahwa nilai  $F_{hitung} 7,151 > F_{tabel} 3,10$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis diterima. Artinya hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

**c. Uji R Square**

Uji Koefisien Determinasi (R Square), ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Hasil penghitungan R Square dapat diketahui berapa persentase yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Adapun tabel yang disajikan dibawah ini:

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji R Square**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	,482 <sup>a</sup>	,232	,200	4,96594

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 4.17 hasil output diatas menunjukkan bahwa pada kolom R Square diketahui jumlah persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas adalah sebesar 0,232 atau 23,3%. Hal ini berarti besarnya pengaruh variabel bebas (variabel harga, promosi dan suasana toko) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) adalah sebesar 23,3%, sedangkan sisanya ( $100 - 23,3\% = 76,7\%$ ) dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

**G. Pembahasan dan Hasil Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga, promosi dan suasana toko terhadap keputusan pembelian. Pembahasan dan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Pada Pasaraya JM Palembang**

Harga merupakan suatu hal yang membedakan harga dilihat dari suatu kualitas produk dengan harga kualitas produk lainnya. Variabel harga mempunyai kontribusi pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan hasil uji variabel harga terhadap keputusan pembelian busana muslim menunjukkan pada variabel harga  $T_{hitung}$  memiliki nilai positif yaitu 1.880  $T_{hitung} > T_{tabel}$  1.66660. dan nilai signifikan  $0,64 < 0,06$  maka dapat dikatakan bahwa hipotesis variabel harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim terbukti.

Harga yang berpengaruh positif dan signifikan, menandakan jika harga merupakan faktor yang penting untuk meningkatkan keputusan pembelian busana muslim pada Pasaraya JM Palembang. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Ayu Lestari (2016), dengan judul penelitian Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elzatta. Hasil dari penelitian ini yaitu: Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

### **2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Pada Pasaraya JM Palembang**

Promosi merupakan aktivitas marketing untuk mengkomunikasikan atau menginformasikan tentang suatu produk kepada para konsumen. Hasil uji variabel promosi terhadap keputusan pembelian busana muslim menunjukkan  $T_{hitung}$  memiliki nilai positif yaitu 2,293  $T_{hitung} > T_{tabel}$  1,66660 dan nilai signifikan  $0,25 < 0,06$  maka dapat dikatakan bahwa hipotesis variabel promosi secara parsial berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian terbukti.

Promosi berpengaruh positif tapi tidak signifikan, menandakan jika promosi merupakan faktor yang penting untuk meningkatkan keputusan pembelian busana muslim pada Pasaraya JM Palembang. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Ruth Yanti Djakaria (2017), dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Asia Fashion. Hasil penelitian ini yaitu: Promosi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian.

### **3. Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Pada Pasaraya JM Palembang.**

Suasana toko adalah upaya penataan interior atau tata letak barang-barang busana muslim agar terlihat menarik dan rapi mulai dari pintu akses

keluar masuk sampai parkir yang memadai, sehingga membuat konsumen nyaman dalam berbelanja. Hasil uji variabel suasana toko menunjukkan bahwa  $T_{hitung}$  memiliki nilai positif yaitu  $2,326 > T_{tabel} 1,66660$ , dan nilai signifikan  $0,23 < 0,06$  maka dapat dikatakan bahwa hipotesis variabel suasana toko secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian terukti.

Suasana toko yang berpengaruh positif dan signifikan, menandakan jika suasana toko merupakan faktor yang penting untuk meningkatkan keputusan pembelian busana muslim pada Pasaraya JM Palembang. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Handy Surya Jaya dan Gede Suparna (2018), dengan judul Pengaruh Atmosfer Toko, Kesesuaian Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Temday Store Denpasar. Hasil penelitian ini yaitu : variabel atmosfer toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### **4. Pengaruh Harga, Promosi Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Pada Pasaraya JM Palembang**

Variabel harga, promosi dan suasana toko berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian busana muslim secara simultan. Uji simultan menunjukkan hasil bahwa nilai  $F_{hitung} 7,151 > F_{tabel} 3,10$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis diterima. Artinya hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Koefisien Determinasi (R Square) sebesar 0,232 atau 23,3%. Ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel bebas (Harga, Promosi dan Suasana Toko) terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian) adalah sebesar 23%, sedangkan sisanya ( $100\% - 23,3\% = 76,7\%$ ) dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.