

**HUBUNGAN ANTARA SUASANA TOKO DAN KUALITAS PELAYANAN  
DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN 7-ELEVEN JALAN PEMUDA  
PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA  
FAKULTAS EKONOMI DI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**YODI**

**8135132239**



*Building  
Future  
Leaders*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2017**

***THE CORRELATION BETWEEN STORE ATMOSPHERE AND SERVICE  
QUALITY WITH THE PURCHASE DECISION 7-ELEVEN PEMUDA  
STREET IN THE COMMERCE EDUCATION STUDENT FACULTY OF  
ECONOMICS IN STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

**YODI**

**8135132239**



*Building  
Future  
Leaders*

***This is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of  
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta***

***STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION  
FACULTY OF ECONOMICS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2017***

## ABSTRAK

**YODI**, Hubungan antara Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilakukan di Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, selama 4 bulan terhitung sejak Maret 2017 sampai dengan Juni 2017. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara suasana toko dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *Purposive sampling* sebanyak 113 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah  $\hat{Y} = 38.45 + 0.6228X$  dan  $\hat{Y} = 45.01 + 0.5403X$ . Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X dengan uji *Liliefors* menghasilkan  $L_{hitung} = 0,0690$  untuk Y atas  $X_1$  dan  $L_{hitung} = 0,0495$  untuk Y atas  $X_2$ , sedangkan  $L_{tabel}$  untuk  $n = 113$  pada taraf signifikan 0.05 adalah  $= 0,0844$ . Karena  $L_{hitung} < L_{tabel}$  maka galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal. Uji Linearitas regresi menghasilkan  $F_{hitung} < F_{tabel}$  yaitu  $1,52 < 2,03$  untuk  $X_1$  dan  $1,52 < 1,59$  untuk  $X_2$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa, persamaan regresi tersebut linear. Dari uji keberartian regresi menghasilkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $68,17 > 3,93$  untuk  $X_1$  dan  $51,43 > 3,93$  untuk  $X_2$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa, persamaan regresi tersebut signifikan. Koefisien korelasi *product moment* dari *pearson* menghasilkan  $r_{xy} = 0,617$  untuk  $X_1$  dan  $r_{xy} = 0,563$  untuk  $X_2$ , selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji t dan dihasilkan  $t_{hitung} = 8,256$  untuk  $X_1$  dan  $t_{hitung} = 7,171$  untuk  $X_2$  dengan  $t_{tabel} = 1,66$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa, koefisien korelasi  $r_{xy} = 0,617$  untuk  $X_1$  dan  $r_{xy} = 0,563$  untuk  $X_2$  adalah positif dan signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 38,05% yang menunjukkan bahwa, 38,05% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh suasana toko dan 31,66% yang menunjukkan bahwa, 31,66% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh kualitas pelayanan.

**Kata kunci:** Keputusan Pembelian, Suasana Toko, Kualitas Pelayanan

## ABSTRACT

**YODI**, *The Correlation between Store Atmosphere and Service Quality with The Purchase Decision 7-Eleven Pemuda Street in The Commerce Education Student in State University of Jakarta. Study Program of Commerce Education, Faculty of Economics, State University of Jakarta.*



*This research was conducted in The Study Program of Commerce Education Student in State University of Jakarta, for 4 months, starting from March 2017 to Juny 2017. The purpose of this study is to determine the correlation between store atmosphere and service quality with the purchase decision 7-Eleven Pemuda Street in The Commerce Education Student in State University of Jakarta. The research method used is survey method with the correlation approach, population used are all student in The Study Program of Commerce Education in State University of Jakarta. The sampling technique used technique of Purposive sampling as many as 113 people. The resulting regression equation is  $\hat{Y} = 38.45 + 0.6228X$  and  $\hat{Y} = 45.01 + 0.5403X$ . Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on X with test Liliefors produce  $L_{count} = 0,0690$  for Y over  $X_1$  and  $L_{count} = 0,0495$  for Y over  $X_2$ , while  $L_{table}$  for  $n = 113$  at 0.05 significant level is 0,0844. Since  $L_{count} < L_{table}$  then the estimated error of Y over  $X_1$  and Y over  $X_2$  is normally distributed. The regression linearity test yields  $F_{count} < F_{table}$  that is  $1,52 < 2,03$  for  $X_1$  and  $1,52 < 1,59$  for  $X_2$ , so it is concluded that the regression equation is linear. From regression significance test yield  $F_{count} > F_{table}$  that is,  $68,17 > 3,93$  for  $X_1$  and  $51,43 > 3,93$  for  $X_2$ , so it can be concluded that the regression equation is significant. Product Moment correlation coefficient from Pearson produces  $r_{xy} = 0,617$  for  $X_1$  and  $r_{xy} = 0,563$  for  $X_2$ , then tested significance of correlation coefficient by using t test and produced  $t_{count} = 8,256$  for  $X_1$  and  $t_{count} = 7,171$  for  $X_2$  and  $t_{table} = 1,66$ . Thus, it can be concluded that the correlation coefficient  $r_{xy} = 0,617$  for  $X_1$  and  $r_{xy} = 0,563$  for  $X_2$  is positive and significant. The coefficient of determination obtained is 38,05% which indicates that 38,05% of purchasing decision variables are determined by store atmosphere and 31,66% indicating that 31,66% of purchasing decision variable is determined by service quality.*

**Key word:** *The Purchase Decision, Store Atmosphere, Service Quality*

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus  
NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032011	Ketua Penguji	 .....	11 Juli 2017 .....
2. <u>Dra. Tjuju Fatimah, M.Si</u> NIP. 195311171982032001	Penguji Ahli	 .....	11 Juli 2017 .....
3. <u>Dra. Dientje Griandini, M.Si</u> NIP. 195507221982102001	Sekretaris	 .....	11 Juli 2017 .....
4. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Pembimbing I	 .....	11 Juli 2017 .....
5. <u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 19770111200812203	Pembimbing II	 .....	11 Juli 2017 .....

Tanggal Lulus: 15 Juli 2017

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Mei 2017

Yang membuat pernyataan



NIM. 8135132239

## **LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

Motto:

“Jangan Pernah Menyerah Selesaikan Setiap Masalah”

“Berusaha, Berdoa, dan Bersahaja”

“Menengadah Ke Atas untuk Motivasi, Merunduk Ke Bawah untuk Bersyukur”

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya serta berkorban dalam memberikan moril dan materil selama ini, juga untuk semua orang yang telah mendoakan, mendukung, membantu, dan memberi semangat kepada saya.

Semoga mereka semua selalu dalam lindungan Allah SWT.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan antara Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian 7-Eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Nurahma Hajat, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan banyak ilmu, arahan, dukungan, kritik, dan saran dalam penulisan skripsi ini.
2. Ryna Parlyna, MBA selaku dosen pembimbing II yang banyak memberikan bimbingan, saran, dukungan, semangat, waktu, dan tenaga dalam membimbing penelitian ini.
3. Dr. Corry Yohana, MM selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga.
4. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.



5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.
6. Seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga, khususnya untuk angkatan 2013, 2014, 2015, dan 2016 yang telah meluangkan waktunya.
7. Kedua orang tua tercinta, Ibu Ecoh Carsah dan Bapak Tohanda, serta kakak tercinta yang telah memberikan semangat berupa materil dan moril.
8. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Tata Niaga 2013, yang telah bersama-sama berjuang untuk mendapatkan gelar sarjana pendidikan.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa, dalam menyusun skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, kritik dan saran dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, Mei 2017

Yodi

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Pembatasan Masalah .....	5
D. Perumusan Masalah .....	5
A. Kegunaan Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORETIK.....</b>	<b>8</b>
A. Deskripsi Konseptual .....	8
1. Keputusan Pembelian .....	8
2. Suasana Toko .....	14
3. Kualitas Pelayanan.....	20

B.	Hasil Penelitian yang Relevan .....	26
C.	Kerangka Teoretik.....	35
D.	Perumusan Hipotesis .....	38
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>39</b>
A.	Tempat dan Waktu Penelitian .....	39
	1. Tempat Penelitian .....	39
	2. Waktu Penelitian.....	39
B.	Tujuan Penelitian .....	40
C.	Metode Penelitian.....	40
	1. Metode .....	40
	2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel .....	41
D.	Populasi dan Sampling .....	42
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	43
	1. Keputusan Pembelian .....	44
	2. Suasana Toko .....	49
	3. Kualitas Pelayanan.....	54
F.	Teknik Analisis Data.....	59
	1. Uji Persyaratan Analisis.....	59
	2. Persamaan Regresi Linier Sederhana .....	60
	3. Uji Hipotesis .....	61

4. Perhitungan Koefisien Determinasi .....	63
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>64</b>
A. Deskripsi Data.....	64
1. Data Keputusan Pembelian .....	64
1. Data Suasana Toko .....	69
2. Data Kualitas Pelayanan .....	73
B. Pengujian Hipotesis.....	77
1. Persamaan Garis Regresi .....	77
2. Pengujian Persyaratan Analisis.....	79
3. Pengujian Hipotesis Penelitian .....	82
C. Pembahasan.....	84
<b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN .....</b>	<b>87</b>
A. Kesimpulan .....	87
A. Implikasi.....	88
B. Saran.....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>94</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>225</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel II. 1. Matriks Hasil Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel III. 1. Data Survei Awal Keputusan Pembelian.....	43
Tabel III. 2. Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian.....	45
Tabel III. 3. Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian.....	46
Tabel III. 4. Kisi-kisi Instrumen Suasana Toko .....	50
Tabel III. 5. Skala Penilaian Instrumen Suasana Toko .....	50
Tabel III. 6. Kisi-kisi Instrumen kualitas pelayanan .....	55
Tabel III. 7. Skala Penilaian Instrumen kualitas pelayanan.....	56
Tabel IV. 1. Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian.....	65
Tabel IV. 2. Rata-rata Hitung Skor Indikator Keputusan Pembelian .....	68
Tabel IV. 3. Distribusi Frekuensi Suasana Toko .....	70
Tabel IV 4. Rata-rata Hitung Skor Indikator Suasana Toko.....	72
Tabel IV. 5. Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan .....	74
Tabel IV. 6. Rata-rata Hitung Skor Indikator Kualitas Pelayanan.....	76
Tabel IV. 7. Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X1.....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar IV. 1. Grafik Histogram Keputusan Pembelian .....	67
Gambar IV. 2. Grafik Histogram Suasana Toko.....	71
Gambar IV. 3. Grafik Histogram Kualitas Pelayanan.....	75
Gambar IV. 4. Grafik Hubungan antara Suasana Toko dengan Keputusan Pembelian Persamaan Regresi $\hat{Y} = 38,45 + 0,6228X_1$ .....	78
Gambar IV. 5. Grafik Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian Persamaan Regresi $\hat{Y} = 45.01 + 0.5403X$ .....	79

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Surat Ijin Penelitian .....	94
Lampiran 2 – Survei Awal Penelitian .....	95
Lampiran 3 – Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel Y .....	96
Lampiran 4 – Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X1 .....	99
Lampiran 5 – Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X2 .....	102
Lampiran 6 – Skor Uji Coba Instrumen Variabel Y .....	105
Lampiran 7 – Perhitungan Analisis Butir Variabel Y .....	106
Lampiran 8 – Data Perhitungan Validitas Variabel Y .....	107
Lampiran 9 – Skor Uji Coba Instrumen Setelah Validitas Variabel Y .....	108
Lampiran 10 – Data Perhitungan Validitas Kembali Variabel Y .....	109
Lampiran 11 – Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel Y .....	110
Lampiran 12 – Skor Uji Coba Instrumen Variabel X <sub>1</sub> .....	111
Lampiran 13 – Perhitungan Analisis Butir Variabel X <sub>1</sub> .....	112
Lampiran 14 – Data Perhitungan Validitas Variabel X <sub>1</sub> .....	113
Lampiran 15 – Skor Uji Coba Instrumen Setelah Validitas Variabel X <sub>1</sub> .....	114
Lampiran 16 – Data Perhitungan Validitas Kembali Variabel X <sub>1</sub> .....	115
Lampiran 17 – Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel X <sub>1</sub> .....	116
Lampiran 18 – Skor Uji Coba Instrumen Variabel X <sub>2</sub> .....	117
Lampiran 19 – Perhitungan Analisis Butir Variabel X <sub>2</sub> .....	118
Lampiran 20 – Data Perhitungan Validitas Variabel X <sub>2</sub> .....	119
Lampiran 21 – Skor Uji Coba Instrumen Setelah Validitas Variabel X <sub>2</sub> .....	120
Lampiran 22 – Data Perhitungan Validitas Kembali Variabel X <sub>2</sub> .....	121
Lampiran 23 – Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel X <sub>2</sub> .....	122
Lampiran 24 – Kuesioner Final Penelitian Variabel Y .....	123
Lampiran 25 – Kuesioner Final Penelitian Variabel X <sub>1</sub> .....	126
Lampiran 26 – Kuesioner Final Penelitian Variabel X <sub>2</sub> .....	128
Lampiran 27 – Data Mentah Variabel Y .....	131

Lampiran 28 – Data Mentah Variabel X1 .....	134
Lampiran 29 – Data Mentah Y dengan Variabel X <sub>1</sub> .....	137
Lampiran 30 – Rekapitulasi Skor Total Instrumen Penelitian Variabel Y dengan Variabel X1 .....	140
Lampiran 31 – Perhitungan Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku Variabel X1 dan Y .....	143
Lampiran 32 - Tabel Perhitungan Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku, Variabel X1 dan Y .....	145
Lampiran 33 – Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Y .....	147
Lampiran 34 – Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X <sub>1</sub> .....	148
Lampiran 35 – Grafik Histogram Variabel Y .....	149
Lampiran 36 - Grafik Histogram Variabel X <sub>1</sub> .....	150
Lampiran 37 – Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana $\hat{Y}$ $= a + bX$ .....	151
Lampiran 38 – Grafik Persamaan Regresi .....	152
Lampiran 39 – Tabel Untuk Menghitung $Y = a + bX_1$ .....	153
Lampiran 40 – Tabel Perhitungan Rata-rata, Varians, dan Simpangan Baku Regresi Y atas X <sub>1</sub> $\hat{Y} = 38.45 + 0.6228X$ .....	156
Lampiran 41 – Perhitungan Rata-rata, Varian, Simpangan Baku Regresi $\hat{Y} = 38.45$ $+ 0.6228X$ .....	159
Lampiran 42 – Perhitungan Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X1 .....	160
Lampiran 43 – Langkah Perhitungan Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X1 .....	163
Lampiran 44 - Perhitungan JK (G) .....	164
Lampiran 45 – Perhitungan Uji Keberartian Regresi .....	167
Lampiran 46 – Perhitungan Uji Kelinieran Regresi .....	168
Lampiran 47 – Tabel Anava untuk Uji keberartian dan Uji Kelinieran Regresi .....	169
Lampiran 48 – Perhitungan Koefisien Korelasi Product Moment .....	170



Lampiran 49 – Perhitungan Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t).....	171
Lampiran 50 - Perhitungan Koefisien Determinasi .....	172
Lampiran 51 - Skor Indikator Dominan Variabel Y .....	173
Lampiran 52 – Skor Indikator Dominan Variabel X1 .....	174
Lampiran 53 – Data Mentah Variabel X <sub>2</sub> .....	175
Lampiran 54 – Data Mentah Y dengan Variabel X <sub>2</sub> .....	178
Lampiran 55 – Rekapitulasi Skor Total Instrumen Penelitian Variabel Y dengan Variabel X <sub>2</sub> .....	181
Lampiran 56 – Perhitungan Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku Variabel X <sub>2</sub> dan Y .....	184
Lampiran 57 – Tabel Perhitungan Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku, Variabel X <sub>2</sub> dan Y .....	185
Lampiran 58 – Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X <sub>2</sub> .....	188
Lampiran 59 – Grafik Histogram Variabel X <sub>2</sub> .....	189
Lampiran 60 – Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = a + bX$ .....	190
Lampiran 61 – Grafik Persamaan Regresi .....	191
Lampiran 62 – Tabel Untuk Menghitung $Y = a + bX$ .....	192
Lampiran 63 – Tabel Perhitungan Rata-rata, Varians Baku Regresi $\hat{Y} = 45.01 + 0.5403X$ .....	195
Lampiran 64 – Perhitungan Rata-rata, Varian, Simpangan Baku Regresi $\hat{Y} = 45.01 + 0.5403X$ .....	198
Lampiran 65 - Perhitungan Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X <sub>2</sub> .....	199
Lampiran 66 – Langkah Perhitungan Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X <sub>2</sub> .....	202
Lampiran 67 – Perhitungan JK (G).....	203
Lampiran 68 – Perhitungan Uji Keberartian Regresi.....	206
Lampiran 69 - Perhitungan Uji Kelinieran Regresi .....	207

Lampiran 70 – Tabel Anava untuk Uji keberartian dan Uji Kelinieran Regresi.....	208
Lampiran 71 – Perhitungan Koefisien Korelasi.....	209
Lampiran 72 – Perhitungan Uji Kerberartian Koefisien Korelasi (Uji-t).....	210
Lampiran 73 – Perhitungan Koefisien Determinasi.....	211
Lampiran 74– Skor Indikator Dominan Variabel X2 .....	212
Lampiran 75 – Tabel Nilai-nilai r <i>Product Moment</i> dari <i>Pearson</i> .....	213
Lampiran 76 – Nilai Kritis L untuk uji Liliefors .....	214
Lampiran 77 – Tabel Kurva Normal.....	215
Lampiran 78 – Tabel Nilai Persentil untuk Distribusi t.....	216
Lampiran 79 - Tabel Nilai Presentil untuk Distribusi F.....	217
Lampiran 80 - Daftar Nama Responden Ujicoba.....	220
Lampiran 80 - Daftar Nama Responden Final .....	222

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi merupakan era teknologi yang serba canggih, informasi akan lebih cepat diakses oleh seluruh masyarakat, sehingga banyak peluang bisnis yang dapat dikembangkan. Di samping itu, dengan diberlakukannya MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN) juga mengakibatkan banyaknya perusahaan asing yang masuk ke Indonesia yang membuat persaingan perekonomian menjadi lebih ketat. Seperti halnya pada bisnis retail di Indonesia dewasa ini yang terus mengalami peningkatan jumlah *omzet* yang didapat, sehingga membuat wirausaha memanfaatkan peluang yang ada dengan membuka gerai baru dalam dunia ritel.

Menurut artikel liputan6.com “Pada tahun 2014 pertumbuhan gerai tersebut di dominasi oleh ritel tradisional sebanyak 750 ribu gerai atau tumbuh sebesar 42% dan ritel modern dalam format *minimarket* dengan pertumbuhan sebanyak 16 ribu gerai atau tumbuh sebesar 400%.”<sup>1</sup> Hal ini mengindikasikan bahwa bisnis ritel di Indonesia menjadi primadona dan banyak diminati oleh para pebisnis untuk memperoleh keuntungan yang besar sehingga membuat persaingan menjadi lebih ketat.

---

<sup>1</sup>Septian Deny, “765 Ribu Gerai Ritel Menjamur di Indonesia”, diakses dari <http://bisnis.liputan6.com/read/814452/765-ribu-gerai-ritel-menjamur-di-indonesia>, pada tanggal 26 Maret 2017 pukul 09.45 WIB

Dilihat dari persaingan yang ketat tersebut, setiap bisnis ritel perlu membangun hasrat konsumen untuk berbelanja, sehingga menimbulkan suatu keputusan dari konsumen untuk melakukan pembelian pada perusahaan ritel tersebut. Namun, kenyataannya ditengah persaingan bisnis ritel saat ini terdapat pesaing-pesaing baru yang masuk ke pangsa pasar di Indonesia. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan yang sudah lebih dikenal terlebih dahulu oleh para konsumen. Sehingga, mengakibatkan calon konsumen memutuskan untuk membeli pada ritel lain.

Hal tersebut terjadi pada salah satu perusahaan ritel yang tengah berjaya, yaitu *7-Eleven*. *7-Eleven* sendiri merupakan perusahaan yang bergerak di bidang ritel. Pertama kali *7-Eleven* masuk ke Indonesia memberikan suasana baru dan pandangan baru kepada konsumen di Indonesia mengenai toko ritel. *7-Eleven* cukup diminati, terutama oleh kaum muda. Dalam rangka memenuhi kebutuhan tersebut, ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli.

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli adalah promosi. Setiap perusahaan tentunya memiliki strategi promosinya masing-masing, tujuannya adalah agar produk mereka lebih dikenal oleh masyarakat yang belum mengetahuinya, terutama jika pada saat perusahaan ingin meluncurkan produk barunya. Strategi promosi yang tepat menentukan keberhasilan perusahaan dalam menarik calon konsumen untuk datang dan membeli di toko tersebut.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan mahasiswa program studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa promosi *7-Eleven* Jalan Pemuda tidak terlalu sering terlihat baik di media cetak ataupun elektronik, yang berakibat pada rendahnya keputusan pembelian di *7-Eleven*.

Faktor berikutnya adalah suasana toko. Mayoritas kaum muda menganggap bahwa strategi pemasaran *7-Eleven* masuk ke dalam kriterianya. Salah satu strategi yang diluncurkan oleh *7-Eleven*, yaitu area berkumpul (*lounge area*). Strategi ini memiliki keunikan tersendiri, sehingga para kaum muda tertarik terhadap suasana yang tercipta. Dengan area yang luas, banyaknya tempat *lounge* untuk duduk dan bersantai, secara tidak langsung orang-orang akan berkumpul di tempat tersebut dan membeli produk – produk yang di *display* di dalam toko *7-Eleven*. Namun seiring dengan perkembangan ritel di Indonesia, banyak ritel pesaing lain yang meniru strategi ini. Ditambah lagi, jaringan ritel para pesaing ini sangat luas dibandingkan dengan *7-Eleven*, mengakibatkan konsumen mencari ritel yang mudah untuk dikunjungi. Hal tersebut diperparah dengan inovasi-inovasi terbaru para pesaing yang membuat konsumen nyaman dengan suasana ritelnya.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan mahasiswa program studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa suasana toko *7-Eleven* Jalan Pemuda terlihat kurang menarik, sehingga membuat pengunjung kurang merasa nyaman untuk berlama-lama berada di sana, seperti lahan

parkir yang kurang luas dan kebersihan yang kurang terjaga sehingga berakibat pada rendahnya keputusan konsumen untuk membeli di *7-Eleven*.

Faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kualitas pelayanan. Dengan pelayanan yang prima terhadap konsumen, menjadikan calon konsumen, merasa senang untuk membeli di toko tersebut dan memungkinkan untuk tidak beralih ke ritel lain. Sehingga, hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang ia terima dapat mempengaruhi keputusannya dalam membeli suatu produk. Namun pada kenyataannya tidak semua perusahaan bisnis ritel memperhatikan dengan baik pelayanan yang mereka berikan kepada para calon konsumen sehingga membuat kurang terciptanya keputusan pembelian, seperti yang terjadi pada *7-Eleven*.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan mahasiswa program studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa kualitas pelayanan *7-Eleven* Jalan Pemuda kurang memuaskan, seperti kurangnya perhatian pramuniaga dalam membantu konsumen yang kesulitan mengambil produk ataupun membawa produk yang dibeli. Hal ini mengakibatkan rendahnya keputusan konsumen untuk membeli di *7-Eleven*.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu, promosi, suasana toko dan kualitas pelayanan.

Berdasarkan permasalahan – permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tentang rendahnya keputusan pembelian di *7-Eleven* Jalan Pemuda pada Mahasiswa program studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi rendahnya keputusan pembelian pada *7-Eleven* Jalan Pemuda, yaitu sebagai berikut:

1. Promosi yang kurang efektif.
2. Suasana toko yang kurang menarik dan kurang unik.
3. Kualitas pelayanan yang kurang memuaskan.

## **C. Pembatasan Masalah**

Sehubungan dengan luasnya latar belakang permasalahan, maka penelitian akan dibatasi pada suasana toko dan kualitas pelayanan dalam mempengaruhi keputusan pembelian pada *7-Eleven* Jalan Pemuda.

## **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka perumusan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah terdapat hubungan secara positif dan signifikan antara suasana toko dengan keputusan pembelian?
2. Apakah terdapat hubungan secara positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian?

## **A. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

### 1. Peneliti

Sebagai bahan pembelajaran di masa yang akan datang, yaitu ketika menjadi seorang wirausaha ataupun bekerja di suatu perusahaan. Kemudian, penelitian ini juga akan menambah wawasan serta pengetahuan peneliti mengenai suasana toko dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian.

### 2. Universitas Negeri Jakarta

Sebagai bahan bacaan ilmiah mahasiswa di masa yang akan datang, serta dapat menambah koleksi jurnal ilmiah di perpustakaan. Selain itu, hasil penelitian ini juga nantinya mungkin dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan rujukan bagi peneliti lainnya mengenai hubungan antara suasana toko dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian.

### 3. Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan suasana toko dan kualitas pelayanan yang lebih baik. Selain itu, dengan membaca hasil penelitian ini perusahaan akan mengetahui faktor-faktor yang dapat mendorong keputusan pembelian.



#### 4. Pembaca

Sebagai sumber untuk menambah wawasan tentang pentingnya suasana toko dan kualitas pelayanan dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian.

## BAB II

### KAJIAN TEORETIK

#### A. Deskripsi Konseptual

##### 1. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Dengan demikian keputusan pembelian dapat menjadi ukuran tercapai atau tidaknya tujuan suatu perusahaan.

Schiffman dan Kanuk mengemukakan bahwa *“Purchase decision is the selection of an option from two or more alternative choices, a choice of alternatives must be available”*<sup>2</sup>.

Artinya, keputusan pembelian adalah menyeleksi dari dua atau lebih cadangan pilihan, dengan cadangan pilihan yang tersedia.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan individu atau konsumen dalam membeli suatu produk yang ditawarkan dengan memilih dua alternatif pilihan atau lebih, dan tersedianya alternatif pilihan tersebut.

Swastha dan Irawan mengatakan bahwa,

Keputusan pembelian merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri atas enam tahap, yaitu

---

<sup>2</sup> Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk, *Consumer Behavior Eighth Edition* (New Jersey: Pearson Prentice Hall Inc, 2004), h. 547.

menganalisa keinginan dan kebutuhan; menilai beberapa sumber yang ada; menetapkan tujuan pembelian; mengidentifikasi alternatif pembelian; mengambil keputusan untuk membeli dan perilaku sesudah pembelian<sup>3</sup>.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa pembelian terdiri dari enam tahap konsumen dalam penyelesaian permasalahan pembelian, yaitu menganalisa, menilai, menetapkan, lalu kemudian membeli produk yang ditawarkan dan perilaku sudah membeli.

Menurut Pride dan Ferrell, "*Consumer buying behavior is the decision process and purchasing activities of people who purchase products for personal or household use and not for business purposes*"<sup>4</sup>.

Artinya, keputusan pembelian konsumen adalah proses penentuan dan aktivitas konsumen dalam membeli produk untuk keperluan pribadi atau rumah tangga dan bukan untuk keperluan bisnis.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian konsumen adalah aktivitas konsumen dalam membeli produk untuk keperluan pribadi atau rumah tangga.

Selanjutnya Pride dan Ferrell menyatakan, "*A five-stage purchase decision process that includes problem recognition,*

---

<sup>3</sup> Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2008), h. 120.

<sup>4</sup> William M. Pride and O. C. Ferrell, *Foundation Of Marketing* (Boston: Cengage Learning, 2015), h. 135

*information search, evaluation of alternatives, purchase, and postpurchase evaluation*".<sup>5</sup>

Artinya, ada lima tahap dalam proses keputusan pembelian yaitu meliputi pengenalan masalah, penyarian informasi, evaluasi alternatif, membeli dan evaluasi *pasca* pembelian.

Maka, dapat disimpulkan bahwa proses keputusan pembelian memiliki lima tahapan yaitu pemecahan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, membeli, kemudian evaluasi *pasca* pembelian

Menurut Boyd Walker, "*Purchase decision making is essentially a problem-solving process in deciding which products and brands to buy*"<sup>6</sup>.

Artinya, pengambilan keputusan pembelian adalah sebuah proses pemecahan masalah dalam mempertimbangkan produk dan merek yang akan dibeli.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan penyelesaian masalah konsumen dalam menentukan produk yang akan dibeli.

Suharno dan Yudi Sutarso juga berpendapat bahwa, "Keputusan pembelian adalah tahap dimana pembeli telah menentukan

---

<sup>5</sup> *Ibid.* h.135

<sup>6</sup> Harper W. Boyd and Orville C. Walker, *Marketing Management: A Strategic Approach* (Tokyo: Toppan Co, 1992), h. 112.

pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya”<sup>7</sup>.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian yaitu tahapan dimana konsumen telah menentukan pilihannya, membeli, kemudian mengkonsumsinya

Nugroho J. Setiadi mengatakan bahwa, “Proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku *pasca* pembelian”<sup>8</sup>.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari beberapa tahap yaitu pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi kemudian memutuskan untuk membeli dan perilaku setelah membeli.

Pride dan Ferrell mengatakan bahwa, “*Customer Buying Behavior is the decision process and actions of people involved in buying and using products*”<sup>9</sup>.

Artinya, keputusan pembelian konsumen adalah proses penentuan dan tindakan seseorang yang terlibat dalam pembelian dan penggunaan produk.

---

<sup>7</sup> Suharno dan Yudi Sutarso, *Marketing in Practice* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 96.

<sup>8</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Kencana, 2008), h. 16.

<sup>9</sup> William M. Pride and O. C. Ferrell, *Marketing 2010 Edition* (Mason: South-Western Cengage Learning, 2010), h. 194

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian konsumen merupakan tindakan konsumen dalam menentukan produk yang akan dibeli dan digunakan.

Selain itu, Philip Kotler dan Gary Armstrong mengungkapkan bahwa, “Proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku *pasca* pembelian”<sup>10</sup>.

Jadi dapat disimpulkan bahwa, ada lima tahap dalam proses keputusan pembelian, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku *pasca* pembelian.

Menurut Hawkins, *et. al.*, yang dikutip oleh Bernard T. Widjaja, mengemukakan bahwa:

Proses pengambilan keputusan pembelian merupakan proses situasional yang dimulai dari *problem recognition* yang dilanjutkan dengan pencarian informasi untuk memecahkan masalah dengan pemilihan alternatif-alternatif solusi dengan menentukan pilihan pembelian<sup>11</sup>.

Jadi dapat disimpulkan bahwa, proses pengambilan keputusan pembelian merupakan suatu proses pemecahan masalah dengan cara pemilihan alternatif-alternatif solusi dengan menentukan pilihan pembelian.

---

<sup>10</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid I* (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 179.

<sup>11</sup> Bernard T. Widjaja, *Life Style Marketing* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), h. 31.

Kotler mengemukakan bahwa, “Keputusan pembelian, yaitu beberapa tahapan yang dilewati oleh konsumen jauh sebelum pembelian aktual dilakukan”<sup>12</sup>.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah beberapa tahapan yang dilalui konsumen sebelum konsumen memutuskan untuk membeli.

Selanjutnya, Philip Kotler dan Gary Armstrong yang dikutip dalam Buchari Alma mengatakan, “Keputusan pembelian terdiri dari beberapa tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian”<sup>13</sup>.

Kesimpulan dari pendapat tersebut yaitu sebelum konsumen memutuskan untuk membeli produk, terlebih dahulu melalui beberapa tahap yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi dan evaluasi alternatif.

Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian permasalahan pembelian yang dihadapi oleh konsumen.

Keputusan pembelian dapat diukur dengan empat dimensi. Dimensi pertama adalah pengenalan kebutuhan dengan indikator pertama, yaitu stimuli internal dengan sub indikator diri sendiri;

---

<sup>12</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1*, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), h. 235.

<sup>13</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 104.

indikator kedua, yaitu stimuli eksternal dengan sub indikator pengaruh orang lain (teman). Dimensi kedua adalah pencarian informasi dengan indikator pertama, yaitu sumber pribadi dengan sub indikator pertama sub indikator teman; indikator yang kedua, yaitu sumber komersial dengan sub indikatornya ialah iklan dan *website*; indikator yang ketiga, yaitu sumber pengalaman dengan sub indikatornya yaitu pernah membeli sebelumnya di *7-Eleven* Jalan Pemuda. Dimensi ketiga adalah evaluasi alternatif dengan indikator, yaitu memilih di antara dua atau lebih alternatif toko ritel. Dimensi keempat adalah pembelian dengan indikatornya, yaitu membeli merek yang disukai (*7-Eleven*).

## 2. Suasana Toko

Suasana toko merupakan keadaan keseluruhan toko dari mulai tampilan di dalam dan di luar toko sampai dengan fasilitas-fasilitas toko. Perusahaan menggunakan suasana toko sebagai alat komunikasi pemasaran kepada konsumen dengan tujuan agar konsumen mau untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Menurut Gilbert yang dikutip dari Bob Foster, mengatakan bahwa:

Atmosfer toko merupakan kombinasi dari pesan secara fisik yang telah direncanakan, atmosfer toko dapat digambarkan sebagai perubahan terhadap perancangan lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan pembelian<sup>14</sup>.

---

<sup>14</sup> Bob Foster, *Manajemen Ritel* (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 61.



Kesimpulan dari pendapat tersebut adalah atmosfer toko merupakan pesan secara fisik yang telah direncanakan serta perubahan terhadap perancangan lingkungan pembelian untuk mempengaruhi emosi konsumen agar melakukan pembelian.

Selanjutnya, Kotler yang juga dikutip dalam Bob Foster, mengatakan bahwa:

Suasana (*atmosphere*) setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan untuk berputar-putar di dalamnya. Setiap toko mempunyai penampilan yang berbeda-beda baik itu kotor, menarik, megah dan suram<sup>15</sup>.

Jadi dapat disimpulkan bahwa di dalam suasana toko mempunyai tata letak yang dapat memudahkan atau menyulitkan konsumen dalam berbelanja.

Lalu, Christina Utami berpendapat:

Suasana toko merupakan kombinasi dari karakteristik fisik toko, seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, temperatur, musik, serta aroma yang secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam benak konsumen<sup>16</sup>.

Dari pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa, suasana toko merupakan perpaduan dari karakteristik fisik toko yang akan menciptakan citra toko dalam benak konsumen.

Menurut Berman dan Evans yang dikutip dalam buku Joachim Zentes mengatakan bahwa, "*Store atmosphere refers to customers'*

---

<sup>15</sup> *Ibid.* hal. 61

<sup>16</sup> Christina Whidya Utami, *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern* (Jakarta: Salemba Empat, 2010), h. 217

*emotional responses to the store interior. This emotional state of mind influences shopping enjoyment and subsequent shopping behavior*<sup>17</sup>.

Artinya, suasana toko mengacu pada respon emosi konsumen terhadap bagian dalam toko. Emosi tersebut berpengaruh terhadap kenyamanan berbelanja dan kemudian perilaku berbelanja.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa suasana toko merupakan emosi konsumen terhadap bagian dalam toko yang mempengaruhi kenyamanan berbelanja dan perilaku berbelanja.

Pendapat lain diutarakan oleh Kurtz dan Boone dalam buku Buchari Alma, *“Store atmosphere is a combination of physical store characteristics and amenities provided by the retailer that result in developing a retail image an attracting customers*<sup>18</sup>.

Artinya, suasana toko adalah perpaduan antara karakteristik fisik toko dan fasilitas yang disediakan oleh pengecer yang dapat menghasilkan citra ritel di mata pelanggan potensial.

Dari pendapat ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa suasana toko merupakan perpaduan antara keadaan fisik dan fasilitas-fasilitas toko yang dapat menghasilkan citra toko di benak konsumen.

Selain itu, Barry Berman dan Evans yang dikutip oleh Buchari Alma, mengatakan bahwa, *“Atmosphere refers to the store’s physical*

---

<sup>17</sup> Joachim Zentes, Dirk Morschett, and Hanna Scharmm-Klein, *Strategic Retail Management* (Wiesbaden: Springer Nature, 2017), h. 332.

<sup>18</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 60.

*characteristics that are use to develop an image and draw customers*<sup>19</sup>.

Artinya, suasana toko merupakan karakteristik fisik toko yang digunakan untuk membangun citra toko dan menarik konsumen.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa suasana toko adalah karakteristik fisik toko yang digunakan untuk membangun citra toko dan menarik minat konsumen.

Menurut Hawkins, *et. al.*, “*Atmospherics is the process managers use to manipulate the physical retail or service environment to create specific mood responses in shoppers*”<sup>20</sup>.

Artinya, penciptaan suasana toko adalah proses yang digunakan oleh manajer untuk memanipulasi lingkungan fisik atau pelayanan ritel untuk menciptakan suasana tertentu pada konsumen.

Dari pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa, suasana toko adalah kegiatan yang dilakukan manajer untuk memanipulasi lingkungan fisik untuk menciptakan suasana tertentu pada konsumen.

Sedangkan, pendapat Barry Bearak yang dikutip oleh Solomon, yaitu “*Atmospherics, the conscious designing of space and its variuos dimension to evoke certain effect in buyers*”<sup>21</sup>.

---

<sup>19</sup> *Ibid.* h.60

<sup>20</sup> Hawkins, *Consumer Behavior 12<sup>th</sup> Edition* (New York: McGraw-Hill International Edition 2013), h. 468.

<sup>21</sup> Michael R. Solomon, *Consumer Behavior Buying, Having and Being Tenth Edition Global Edition* (USA: Pearson Education, 2013), h. 374.

Artinya, penciptaan suasana toko adalah proses rancangan ruangan toko dan berbagai dimensinya untuk memberi dampak tertentu pada pembeli.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa, suasana toko merupakan proses perancangan ruangan toko untuk memberikan dampak tertentu pada pembeli.

Hawkins, *et. al.*, dalam bukunya mengatakan bahwa:

*The store atmosphere is influenced by such attributes as lighting, layout, presentation of merchandise, fixtures, floor coverings, colors, sounds, odors, dress and behavior of sales personnel and service personnel*<sup>22</sup>.

Artinya, suasana toko dipengaruhi oleh atribut seperti pencahayaan, tata letak, penyajian barang dagang, perlengkapan, lantai, warna, suara, wangi-wangian yang digunakan di dalam toko, pakaian dan perilaku wiraniaga dan layanan penjual.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa, suasana toko dipengaruhi oleh atribut seperti pencahayaan, lantai, warna, suara, wangi-wangian yang digunakan di dalam toko.

Menurut Julie Baker *et.al.*, yang dikutip dalam buku Levy dan Weitz menguraikan bahwa, “*Atmospherics refers to the design of an environment by stimulation of the five senses*”<sup>23</sup>.

Artinya, penciptaan suasana toko merupakan desain lingkungan dari sebuah toko dengan merangsang lima panca indera.

---

<sup>22</sup> Hawkins, *loc.cit.*

<sup>23</sup> Michael Levy and Barton A. Weitz, *Retailing Management Eighth Edition* (New York: McGraw-Hill Irwin, 2012), h. 490.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa, suasana toko adalah rancangan lingkungan toko untuk merangsang lima panca indera manusia.

Buchari Alma mengatakan bahwa:

*Atmosphere* adalah suasana toko yang meliputi berbagai tampilan interior, eksterior, tata letak, lalu lintas internal toko, kenyamanan, udara, layanan, musik, seragam pramuniaga, pajangan barang dan sebagainya yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen dan membangkitkan keinginan untuk membeli<sup>24</sup>.

Maka, dapat disimpulkan bahwa suasana toko meliputi berbagai tampilan toko yang dapat membangkitkan keinginan untuk membeli.

Kotler dalam buku Bob Foster mengatakan bahwa, “Suatu toko harus membentuk suasana toko terencana yang sesuai dengan pasar sarasanya sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli”<sup>25</sup>.

Berdasarkan teori tersebut maka dapat disimpulkan bahwa penciptaan suasana toko harus terencana dan sesuai dengan target pasar.

Barry dan Evans mengatakan bahwa, “*Store atmosphere (atmospherics) can be divided into these key elements: exterior, general interior, store layout and display*”<sup>26</sup>.

Artinya, suasana toko memiliki beberapa elemen, yaitu bagian luar toko, bagian dalam toko, tata letak toko dan tampilan utama.

---

<sup>24</sup> Buchari Alma, *loc.cit.*.

<sup>25</sup> Bob Foster, *loc.cit.*.

<sup>26</sup> Barry Berman and Joel R. Evans, *Retailing Management A Strategic Approach Tenth Edition* (New Jersey: Pearson International Edition, 2007), h. 545.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa suasana toko dibagi menjadi beberapa elemen, yaitu bagian luar toko, bagian dalam toko, tata letak toko, dan penampilan barang di bagian utama.

Berdasarkan pendapat-pendapat yang dikemukakan oleh para ahli tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa suasana toko adalah kombinasi dari berbagai karakteristik fisik toko yang dapat membentuk citra suatu toko di benak konsumen.

Suasana toko dapat diukur dengan menggunakan empat indikator, yaitu indikator pertama adalah bagian luar toko (*exterior*) dengan sub indikator pertama, yaitu logo toko, sub indikator kedua, yaitu pintu masuk toko (*push & pull*); indikator kedua adalah bagian dalam toko (*general interior*) dengan sub indikator pertama, yaitu pencahayaan, sub indikator kedua, yaitu suhu udara, sub indikator ketiga, yaitu aroma. Indikator ketiga yaitu seragam pramuniaga dan indikator keempat yaitu pajangan barang.

### **3. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan aspek yang dapat memberikan keuntungan kepada perusahaan, dengan kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pada tingkat penjualan dan reputasi perusahaan karena konsumen akan merasa senang dan mau memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan.

Menurut Parasuraman, Zeithamal dan Berry yang dikutip dalam buku Adriansan Sudarso menyatakan bahwa, “Kualitas pelayanan merupakan penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu pelayanan”<sup>27</sup>.

Berdasarkan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa, kualitas pelayanan merupakan penilaian global terhadap keunggulan sebuah pelayanan yang diterima oleh konsumen.

Menurut Zeithmal et al. dalam Sudarso yang menyatakan bahwa, “*Service quality is the extent of discrepancy between customer expectations or desires and their perceptions*”<sup>28</sup>.

Artinya, kualitas pelayanan merupakan manfaat yang dirasakan berdasarkan evaluasi konsumen atas sesuatu interaksi dibandingkan dengan manfaat yang diharapkan sebelumnya.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa, kualitas pelayanan merupakan manfaat yang dirasakan atas sesuatu interaksi dari pelayanan dibandingkan dengan harapan konsumen sebelumnya.

Tjiptono dan Chandra mengemukakan bahwa, “Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan”<sup>29</sup>.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa, kualitas pelayanan berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

---

<sup>27</sup> Adriansan Sudarso. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan* (Yogyakarta: Deepublish, 2016). hal. 57

<sup>28</sup> *Ibid.* h.57

<sup>29</sup> *Ibid.* h. 57

Haynes dan Du Vall mendefinisikan bahwa:

Kualitas pelayanan merupakan proses yang secara konsisten, meliputi pemasaran dan operasi yang memperhatikan keterlibatan orang, pelanggan internal dan pelanggan eksternal dan memenuhi berbagai persyaratan dalam penyampaian jasa<sup>30</sup>.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang kualitas pelayanan menjadi salah satu hal yang sangat diperhatikan pelanggan ketika ingin menggunakan standar layanan organisasi tertentu terhadap publik.

Menurut Bouman dan Van Der Wiele dalam D. Wahyu Ariani, “Kualitas pelayanan, meliputi keramahan pelanggan merupakan sesuatu yang nampak dan kejujuran atau kepercayaan”<sup>31</sup>.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa ada beberapa aspek dari kualitas pelayanan yaitu keramahan pelanggan dan adanya kejujuran atau kepercayaan.

Kaihatu menyatakan pendapatnya bahwa “Kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa karena inti produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas)”<sup>32</sup>.

Jadi pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa.

Kemudian, Zeithaml *et al* dalam D. Wahyu Ariani, “Lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *reliability* (realibilitas), *responsiveness*

---

<sup>30</sup> Ariani D. Wahyu, *Manajemen Operasi Jasa* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), h. 178.

<sup>31</sup> *Ibid.* h.182.

<sup>32</sup> Thomas S. Kaihatu *et al*, *Manajemen Komplain* (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), h. 41.



(responsif), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati) dan *tangibles* (bukti fisik) ”<sup>33</sup>.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa ada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu realibilitas, responsif, jaminan, empati, dan bukti fisik.

Teori tersebut diperkuat oleh Parasuraman *et al.*, “Dimensi kualitas pelayanan, meliputi *tangibility* (bukti fisik), *reliability* (realibilitas), *responsiveness* (responsif), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (empati)”<sup>34</sup>.

Kesimpulan dari teori tersebut bahwa kualitas pelayanan memiliki lima dimensi, yaitu meliputi *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*.

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Fandy Tjiptono, yaitu :

1. Reliabilitas (*reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
3. Jaminan (*assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).
4. Empati (*emphaty*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan<sup>35</sup>.

---

<sup>33</sup> Ariani D. Wahyu, *op. cit.* h.180.

<sup>34</sup> Ariani D. Wahyu, *op. cit.* h.182.

<sup>35</sup> Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: Andi Offset, 2008). h.85.

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki lima dimensi yaitu reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangibles*).

Pendapat tersebut diperkuat oleh Parasuraman, Zeithaml and Berry dalam Jhon Wang, “A multiple-item scale used to measure service quality across dimensions of tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty”<sup>36</sup>.

Artinya, skala beberapa item yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan pada beberapa dimensi diantaranya adalah *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*.

Jadi, dapat diambil kesimpulan bahwa *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* adalah skala yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan.

Kemudian, menurut Dabholkar *et. al.* mengemukakan bahwa, “Kualitas pelayanan mencakup aspek fisik, dapat dipercaya, interaksi personal, penyelesaian masalah (*problem solving*) dan kebijakan (*policy*)”<sup>37</sup>.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa aspek fiski, dapat dipercaya, interaksi personal, penyelesaian masalah dan kebijakan merupakan bagian dari kualitas pelayanan.

---

<sup>36</sup> Jhon Wang, *Advancing The Service Sector with Evolving Technologies, Tchniques and Principles* (United State of America: IGI GLOBAL, 2012) h.223.

<sup>37</sup> Ariani D. Wahyu, *op. cit.* h.182

Saleh dan Ryan menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan mencakup kerahmatan (*conviviality*), sesuatu yang nampak (*tangibles*), penentraman hati (*reassurance*), menghindari sarkasme (*avoidance of sarcasm*) dan empati atau pengenalan (*emphaty*)”<sup>38</sup>.

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan oleh ahli di atas, kualitas pelayanan mencakup kerahmatan (*conviviality*), sesuatu yang nampak (*tangibles*), penentram hati (*reassurance*), menghindari sarkasme (*avoidance of sarcasm*), dan empati atau pengenalan (*emphaty*).

Gagliano dan Hatccote menyatakan bahwa kualitas pelayanan meliputi “Perhatian terhadap individu (*personal ittention*), dapat dipercaya (*reliability*), merupakan sesuatu yang nampak dan waktu yang menyenangkan (*convenience*)”<sup>39</sup>.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan meliputi perhatian terhadap individu, dapat dipercaya, dan kenyamanan (*Convenience*).

Berdasarkan teori-teori tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa, kualitas pelayanan merupakan kinerja layanan secara keseluruhan (global) yang diberikan kepada konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen.

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi. Dimensi pertama reliabilitas (*reliability*) dengan indikator pertama ketepatan dalam melayani dan indikator kedua yaitu pelayanan yang sama. Dimensi kedua,

---

<sup>38</sup> Ariani, D. Wahyu, *op. cit.* h.182.

<sup>39</sup> Ariani, D. Wahyu, *op. cit.* h.182.

yaitu jaminan (*assurance*) dengan indikator pertama, yaitu kesopanan dari wiraniaga (jaminan bahwa wiraniaga toko akan berlaku sopan kepada konsumen) dan indikator keduanya ialah dapat dipercaya. Dimensi ketiga, yaitu empati (*emphaty*), dengan indikator perhatian pada pelanggan. Dimensi keempat daya tanggap (*responsiveness*) dengan indikator pertama yaitu menolong, dan indikator kedua yaitu merespon keluhan pelanggan. Dimensi kelima bukti fisik (*tangibles*) dengan indikator pertama, yaitu penampilan fisik wiraniaga (rapih), indikator kedua peralatan (mesin kasir, lemari pendingin, *juice maker*).

## **B. Hasil Penelitian yang Relevan**

Penelitian serupa pernah dilakukan oleh:

1. Junio Anderti, Nabila H Zhafira, Sheila S Akmal, Suresh Kumar dengan judul “*The Analysis of Product, Price, Place, Promotion and Service Quality on Customers’ Buying Decision of Convenience Store: A Survey of Young Adult in Bekasi, West Java, Indonesia. (Analisis Produk, Harga, Tempat, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan pada Convenience Store: Sebuah Survei pada Anak Muda di Bekasi, Jawa Barat, Indonesia)*”. *International Journal of Advances in Management and Economics*, Vol. 2, Issue 6, November-December 2013, ISSN: 2278-3369, pages 72-78.

*This research aim to analyze why the number of convenience store keep increasing by identify the dominant factors which are*

*product, price, place, promotion and service quality that affect customer buying decision of convenience store in Bekasi. This research also as an input to help smaller traders in having better performance in future market. This research involves 300 Bekasi populations to obtain the required data. Then the questionnaire result analyzed with SPSS statistics which are frequency, descriptive statistics, validity and reliability test, multi regression analysis, correlation analysis, F- Test and Analysis of Variance (ANOVA).*

Artinya, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengapa jumlah toko terus meningkat dengan mengidentifikasi faktor-faktor dominan dimana produk, harga, tempat, promosi dan kualitas layanan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan pada *convenience store* di Bekasi. Penelitian ini juga sebagai masukan untuk membantu pedagang kecil dalam memiliki kinerja yang lebih baik di pasar masa depan. Penelitian ini melibatkan 300 populasi di Bekasi untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Kemudian hasil kuesioner dianalisis dengan statistik SPSS dimana frekuensi, statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi berganda, analisis korelasi, F- Test dan Analisis Varians (ANOVA).

2. Meliana, Sulistiono, dan Budi Setiawan dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus pada Giant Hypermarket**”.

Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, Vol. 1, No. 3, Juli 2013, ISSN: 2337-7860, hal. 247-254.

*The method used in this study were: descriptive associative, while the data collection techniques conducted by distributing questionnaires. Questionnaire that will be deployed as many as 100 exemplar. To quantify this relationship, researchers used a method of path analysis with SPSS 17 for such tools. The results indicate that there is a fairly strong influence and significant relationship between service quality and purchasing buying decisions.*

Artinya, metode yang digunakan dalam adalah: asosiatif deskriptif, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner yang akan dikerahkan sebanyak 100 eksemplar. Untuk mengukur hubungan ini, peneliti menggunakan metode analisis jalur dengan SPSS 17 sebagai alatnya. Hasil menunjukkan bahwa ada pengaruh yang cukup tinggi dan hubungan yang signifikan antara kualitas layanan dan kepercayaan konsumen serta pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen juga tinggi dan dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Rahmat Majid dengan judul “***The Influence Store Atmosphere Towards Customer Emotions and Purchase Decisions (Pengaruh Suasana Toko terhadap Emosi Konsumen dan Keputusan Pembelian)***”. *International Journal of Humanities and Social Science*

*Invention, Volume 3, Issue 10, October 2014, ISSN (Online): 2319-7722, ISSN (Print): 2319-7714 pages 11-19.*

*The purpose of this study is to explore and test the influence of store atmosphere towards customer emotions and purchase decisions. The design of this study used the survey method with data collection through questionnaire. The population in this research is customer supermarket Mega Matahari Kendari. The data were obtained by distributing questionnaire for 100 respondents by the method quotas sampling. The data was analyzed with the Structural Equation Modeling (SEM). Research results showed the high store atmosphere has a significant effect towards customer emotions and purchase decisions; there for customer emotions has significant effect on purchase decisions.*

Artinya, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dan menguji pengaruh store atmosphere terhadap emosi pelanggan dan keputusan pembelian. Desain penelitian ini menggunakan metode survei dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan supermarket mega Matahari Kendari. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner untuk 100 responden dengan sampling metode kuota. Data dianalisis dengan Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan suasana toko tpengaruh yang signifikan terhadap emosi pelanggan dan

keputusan pembelian; adapun untuk emosi pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Rahmandeep Bawa, A.K. Sinha dan Rita Kant dengan judul “*Effect Of Store Atmosphere On Customer Buying Behavior (Pengaruh Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian Konsumen)*”. *Asian Journal of Home Science* , Volume 10, Issue 2, December 2015, DOI: 10.15740/HAS/AJHS/10.2/386-394, ISSN: 0976-8351, pages 386-394.

*The present study investigated the design of an environment via visual communications, lighting, colours, music and scent to stimulate customers’ perceptual and emotional response and ultimately affect their purchase behaviour. For the present research work purposive sampling, Interview schedule and convenient sampling methods were used to carry out the research work. The sample size consisted of 140 research scholars from faculty of arts and Sciences of Punjab University, Chandigarh.*

Artinya, penelitian ini menyelidiki tentang desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna – warna, music dan aroma untuk merangsang persepsi pelanggan dan respon emosional pelanggan dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, wawancara, dan *convenient sampling*. Ukuran sampel terdiri dari 140 sarjana dari fakultas seni dan ilmu pengetahuan Universitas Punjab, Chandigarh.



**Tabel II. 1. Matriks Hasil Penelitian Terdahulu**

No	Judul	Peneliti	Variabel	Suasana Toko	Kualitas Pelayanan	Keputusan Pembelian
1	<i>The Analysis of Product, Price, Place, Promotion and Service Quality on Customers' Buying Decision of Convenience Store: A Survey of Young Adult in Bekasi, West Java, Indonesia</i>	Junio Anderti, Nabila H Zhafira, Sheila S Akmal, dan Suresh Kumar	<i>Product, Price, Place, Promotion (X1), Service Quality (X2), Customers' Buying Decision (Y)</i>		✓	✓
2	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus pada Giant Hypermarket	Meliana, Sulistiono, dan Budi Setiawan	Kualitas Pelayanan (X1), Kepercayaan Konsumen (X2), dan Keputusan Pembelian (Y)		✓	✓
3	<i>The Influence Store Atmosphere Towards Customer Emotions and Purchase Decisions</i>	Rahmat Majid	<i>Store Atmosphere (X), Customer Emotion (Y1), Purchase Decisions (Y2)</i>	✓		✓
4	<i>Effect Of Store</i>	Rahmandeep Bawa, A.K.	<i>Store Atmosphere</i>	✓		✓

<i>Atmosphere On Customer Buying Behavior</i>	Sinha dan Rita Kant	(X), <i>Customer Buying Behavior (Y)</i>			
---	---------------------	---	--	--	--

Terdapat perbedaan dan persamaan antara penelitian atau jurnal terdahulu dengan penelitian yang dilakukan peneliti, akan dipaparkan dalam tabel sebagai berikut :

Penelitian Terdahulu (Jurnal)		Yang digunakan Peneliti
Jurnal 1		
Judul	“ <i>The Analysis of Product, Price, Place, Promotion and Service Quality on Customers’ Buying Decision of Convenience Store: A Survey of Young Adult in Bekasi, West Java, Indonesia.</i> (Analisis Produk, Harga, Tempat, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan pada Convenience Store: Sebuah Survei pada Anak Muda di Bekasi, Jawa Barat, Indonesia)”. <i>International Journal of Advances in Management and Economics, Vol. 2, Issue 6, November-December 2013, ISSN: 2278-3369, pages 72-78.</i>	Hubungan Antara Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian 7-Eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta
Tujuan	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengapa jumlah toko terus meningkat dengan mengidentifikasi faktor-faktor dominan dimana produk, harga, tempat, promosi dan kualitas layanan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan pada <i>convenience store</i> di Bekasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui hubungan antara suasana toko dengan keputusan pembelian.</li> <li>2. Mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian.</li> </ol>
Populasi	Anak muda yang tinggal di Bekasi dan cenderung berbelanja di <i>convenience store</i>	Seluruh mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta yang pernah melakukan pembelian pada 7-Eleven Jalan Pemuda
Sampel	300 Responden	113 Responden
Teknik Sampling	<i>convenient sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>

Teknik Analisis Data		Regresi Linier Sederhana
Jurnal 2		
Judul	“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus pada Giant Hypermarket”. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, Vol. 1, No. 3, Juli 2013, ISSN: 2337-7860, hal. 247-254.	Hubungan Antara Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian 7-Eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepercayaan konsumen di <i>Giant Hypermarket</i>.</li> <li>2. Menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di <i>Giant Hypermarket</i>.</li> <li>3. Menganalisis pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian di <i>Giant Hypermarket</i>.</li> <li>4. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan di <i>Giant Hypermarket</i>.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui hubungan antara suasana toko dengan keputusan pembelian.</li> <li>2. Mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian.</li> </ol>
Populasi	Konsumen <i>Giant Hypermarket</i> .	Seluruh mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta yang pernah melakukan pembelian pada 7-Eleven Jalan Pemuda
Sampel	100 Responden	113 Responden
Teknik Sampling	<i>Purposive Sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>
Teknik Analisis Data	<i>Path Analysis</i>	Regresi Linier Sederhana
Jurnal 3		
Judul	“ <i>The Influence Store Atmosphere Towards Customer Emotions and Purchase Decisions</i> ”. <i>International Journal of Humanities and Social Science Invention</i> Vol.3 Oktober 2014, ISSN : 2319-7714 E-ISSN : 2319-7722.	Hubungan Antara Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian 7-Eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta

Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepercayaan konsumen di <i>Giant Hypermarket</i>.</li> <li>2. Menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di <i>Giant Hypermarket</i>.</li> <li>3. Menganalisis pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian di <i>Giant Hypermarket</i>.</li> <li>4. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan di <i>Giant Hypermarket</i>.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui hubungan antara suasana toko dengan keputusan pembelian.</li> <li>2. Mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian.</li> </ol>
Populasi	Konsumen <i>Giant Hypermarket</i> .	Seluruh mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta yang pernah melakukan pembelian pada 7-Eleven Jalan Pemuda
Sampel	100 Responden	113 Responden
Teknik Sampling	<i>Purposive Sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>
Teknik Analisis Data	<i>Path Analysis</i>	Regresi Linier Sederhana
Jurnal 4		
Judul	“ <i>Effect Of Store Atmosphere On Customer Buying Behavior (Pengaruh Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian Konsumen)</i> ”. <i>Asian Journal of Home Science</i> , Volume 10, Issue 2, December 2015, DOI: 10.15740/HAS/AJHS/10.2/386-394, ISSN: 0976-8351, pages 386-394.	Hubungan Antara Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian 7-Eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta
Tujuan	Penelitian ini menyelidiki tentang desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna – warna, music dan aroma untuk merangsang persepsi pelanggan dan respon emosional pelanggan dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku pembelian mereka.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui hubungan antara suasana toko dengan keputusan pembelian.</li> <li>2. Mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian.</li> </ol>
Populasi	Sarjana fakultas seni dan ilmu di Universitas Pundjab	Seluruh mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta yang pernah melakukan

		pembelian pada 7-Eleven Jalan Pemuda
Sampel	140 Responden	113 Responden
Teknik Sampling	<i>Perposive Sampling</i> dan <i>Convenient Sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>
Teknik Analisis Data		Regresi Linier Sederhana

### C. Kerangka Teoretik

Suasana toko merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Suasana toko merupakan komunikasi pemasaran melalui keadaan lingkungan toko dari mulai tata letak fisik toko sampai tampilan toko untuk mempengaruhi emosi konsumen agar mau memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan. Selain itu kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pelayanan merupakan strategi pemasaran perusahaan kepada konsumen, Melalui pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa senang untuk berbelanja.

Christina Utami mengatakan bahwa:

Penciptaan suasana toko (*atmospherics*) berarti desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli barang<sup>40</sup>.

Maka, dapat disimpulkan bahwa suasana toko merupakan rancangan atau desain keadaan toko melalui komunikasi visual yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.

---

<sup>40</sup> Christina Utami, *op.cit.*, h. 238.

Adiwijaya mengatakan bahwa, “Penciptaan suasana toko akan memberikan pengaruh yang sangat besar dalam menarik minat konsumen untuk datang berbelanja (membeli)”<sup>41</sup>.

Jadi dari pendapat tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa suasana toko dapat mempengaruhi konsumen untuk datang berbelanja dan melakukan pembelian.

Kotler dalam buku Bob Foster mengatakan bahwa, “Suatu toko harus membentuk suasana toko terencana yang sesuai dengan pasar sasarnya sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli”<sup>42</sup>.

Berdasarkan teori tersebut maka dapat disimpulkan bahwa penciptaan suasana toko harus terencana dan sesuai dengan target pasar.

Kotler dan Amstrong mengatakan bahwa, “*Atmosphere are designed environments that create or reinforce the buyer’s learning toward buying product*”<sup>43</sup>.

Artinya, suasana toko adalah lingkungan yang dirancang untuk menciptakan kecenderungan pembeli untuk membeli produk.

Berdasarkan pendapat tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa suasana toko merupakan lingkungan yang sengaja dirancang untuk mempengaruhi konsumen agar memutuskan untuk membeli produk.

---

<sup>41</sup> Michael Adiwijaya, *8 Juru Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2010), h. 87.

<sup>42</sup> Bob Foster, *loc.cit.*.

<sup>43</sup> Philip Kotler and Gary Amstrong, *Principle of Marketing* (USA: Pearson Education, 2010), h. 413.

Kim *et al.* mengatakan bahwa, “*Service Quality is very important for the customers to take purchase decision*”<sup>44</sup>.

Artinya, kualitas pelayanan sangat penting untuk konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Mengacu pada pendapat tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa penting bagi konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk.

K. Rama Mohana Rao mengatakan bahwa, “*Servqual (Service quality) is the most influential in the consumers purchase decision*”<sup>45</sup>.

Artinya, kualitas pelayanan adalah yang paling berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen.

Jadi, dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan paling berpengaruh pada konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Hurley dan Hooman dalam bukunya Jay Kandampully *et. al.* mengemukakan bahwa, “*Service quality affect feelings of satisfaction, which will then affect loyalty and future buying decisions*”<sup>46</sup>.

Artinya, kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan, lalu kemudian akan mempengaruhi loyalitas dan keputusan pembelian.

---

<sup>44</sup> Mahmud Akhter Shareef *et al.*, *Proliferation Of The Internet Economy* (New York: IGI Global, 2009), h. 52.

<sup>45</sup> K. Rama Mohana Rao, *Service Marketing Second Edition* (India: Dorling Kindersley (India), 2011), h. 374.

<sup>46</sup> Jay Kandampully, *et. al. Service Quality Management in Hospitality, Tourism and Leisure* (New York: Routledge, 2001), h. 154

Mengacu pada pendapat tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan, lalu kemudian mempengaruhi loyalitas dan keputusan pembelian.

#### **D. Perumusan Hipotesis**

Berdasarkan kerangka teoretik, maka perumusan hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara suasana toko dengan keputusan pembelian.
2. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian.



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Tempat penelitian dilaksanakan di Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang beralamat di Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220. Alasan peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut karena berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan bahwa, di tempat tersebut terdapat masalah mengenai keputusan pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Selain itu, juga karena faktor keterjangkauan, sehingga memudahkan proses pengambilan data untuk penelitian.

##### **2. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian dilakukan selama 4 (empat) bulan, yaitu terhitung dari bulan Maret 2017 sampai dengan Juni 2017. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan peneliti sudah tidak padat, sehingga akan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian dan peneliti dapat mencurahkan perhatian pada pelaksanaan penelitian.

## B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data empiris dan fakta-fakta yang tepat (sahih, benar, dan valid), serta dapat dipercaya dan diandalkan (*reliable*) tentang:

1. Hubungan antara suasana toko dengan keputusan pembelian.
2. Hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian.

## C. Metode Penelitian

### 1. Metode

Metode penelitian pada dasarnya merupakan “Cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu”<sup>47</sup>. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan pendekatan korelasional. Alasan peneliti menggunakan metode ini karena sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Menurut Lawrence dalam buku Sugiyono mengatakan bahwa:

*Survey are quantitative beasth. The survey ask many people (call respondent) about their belief, opinions, characteristic and past or present behavior. Survey are appropriate for research questions about self reported belief of behavior*<sup>48</sup>.

Artinya, penelitian survei adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian survei, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang

---

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 3.

<sup>48</sup> *Ibid.*, h. 12.

disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian survei berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri.

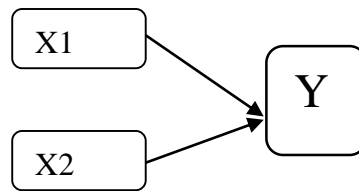
Sedangkan, pendekatan yang dilakukan adalah korelasional. Adapun alasan menggunakan pendekatan korelasional adalah untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa erat hubungan, serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat dilihat hubungan antara variabel bebas (suasana toko) yang diberi simbol  $X_1$  dengan variabel terikat (keputusan pembelian) yang diberi simbol  $Y$  sebagai variabel yang dipengaruhi. dan hubungan antara variabel bebas (kualitas pelayanan) yang diberi simbol  $X_2$  dengan variabel terikat (keputusan pembelian) yang diberi simbol  $Y$  sebagai variabel yang dipengaruhi.

## **2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel**

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa:

- a. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara suasana toko dengan keputusan pembelian.
- b. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian.

Maka, konstelasi hubungan antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan:

Variabel Bebas ( $X_1$ ) : Suasana Toko

Variabel Bebas ( $X_2$ ) : Kualitas Pelayanan

Variabel Terikat (Y) : Keputusan Pembelian

—————→ : Arah Hubungan

#### D. Populasi dan Sampling

Populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”<sup>49</sup>.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini didasarkan bahwa, setelah melakukan survei awal, wawancara dan observasi langsung pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta, terdapat banyak konsumen yang melakukan keputusan pembelian di *7-Eleven* Jalan Pemuda.

---

<sup>49</sup> *Ibid*, h. 119.

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”<sup>50</sup>. Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*.

Sugiyono mengatakan bahwa, “*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”<sup>51</sup>.

Untuk penelitian ini, sampelnya adalah mahasiswa yang pernah mengunjungi dan melakukan pembelian di *7-Eleven* Jalan Pemuda yang berjumlah 113 mahasiswa.

**Tabel III. 1 Data Survei Awal Keputusan Pembelian di 7-Eleven Jalan Pemuda**

<b>Angkatan</b>	<b>Jumlah</b>
2013	47
2014	30
2015	26
2016	10
<b>Total</b>	<b>113</b>

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini meneliti tiga variabel, yaitu Suasana Toko (variabel  $X_1$ ), Kualitas Pelayanan (variabel  $X_2$ ) dan Keputusan Pembelian (variabel  $Y$ ). Adapun instrumen untuk mengukur ketiga variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

---

<sup>50</sup> *Ibid*, h. 120.

<sup>51</sup> *Ibid*, h. 126.

## 1. Keputusan Pembelian

### a. Definisi Konseptual

Keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian permasalahan pembelian yang dihadapi oleh konsumen.

### b. Definisi Operasional

Keputusan pembelian dapat diukur dengan empat dimensi. Dimensi pertama adalah pengenalan kebutuhan dengan indikator pertama, yaitu stimuli internal dengan sub indikator diri sendiri; indikator kedua, yaitu stimuli eksternal dengan sub indikator pengaruh orang lain (teman). Dimensi kedua adalah pencarian informasi dengan indikator pertama, yaitu sumber pribadi dengan sub indikator teman; indikator yang kedua, yaitu sumber komersial dengan sub indikatornya ialah iklan dan *website*; indikator yang ketiga, yaitu sumber pengalaman dengan sub indikatornya yaitu pernah membeli sebelumnya di *7-Eleven* Jalan Pemuda. Dimensi ketiga adalah evaluasi alternatif dengan indikator, yaitu memilih di antara dua atau lebih alternatif toko ritel. Dimensi keempat adalah pembelian dengan indikatornya, yaitu membeli merek yang disukai (*7-Eleven*).

### c. Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian yang diujicobakan dan juga sebagai

kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 2.

**Tabel III. 2. Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian**

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Pengenalan kebutuhan	Stimuli internal	Diri sendiri	1	2		1	2	1	2
	Stimuli eksternal	Pengaruh orang lain (teman)	3	4		3	4	3	4
Pencarian informasi	Sumber pribadi	Teman	5	6		5	6	5	6
	Sumber komersial	Iklan dan <i>website</i>	7	8	23	7	8	7	8
			9	10		9	10	9	10
			11	12		11	12	11	12
			13	14		13	14	13	14
15	23	15		15		15			
Sumber pengalaman	Pernah membeli sebelumnya di 7- <i>Eleven</i> Jalan Pemuda	17	24	24	17		17		
Evaluasi alternatif	Memilih diantara dua atau lebih alternatif toko ritel		19	20		19	20	19	20
			21	22		21	22	21	22
Pembelian	Membeli merek yang disukai (7- <i>Eleven</i> )		18	16		18	16	18	16

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

**Tabel III. 3. Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian**

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

#### **d. Validasi Instrumen Keputusan Pembelian**

Proses pengembangan instrumen keputusan pembelian dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel keputusan pembelian terlihat pada tabel III.2 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel keputusan pembelian.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel keputusan pembelian sebagaimana tercantum pada tabel III.2. Setelah konsep instrumen disetujui,



langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad ^{52}$$

Dimana:

- $r_{it}$  = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- $x_i$  = Deviasi skor butir dari  $X_i$
- $x_t$  = Deviasi skor dari  $X_t$

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah  $r_{tabel} = 0,361$ . Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 8 halaman 107) dari 24 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 22 pernyataan.

---

<sup>52</sup> Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: Grasindo, 2008), h. 86.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{53}$$

Dimana:

- $r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen
- $k$  = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$  = Jumlah varians skor butir
- $st^2$  = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}^{54}$$

Dimana:

- $Si^2$  = Simpangan baku
- $n$  = Jumlah populasi
- $\sum Xi^2$  = Jumlah kuadrat data X
- $\sum Xi$  = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $Si^2 = 0,98$ ,  $St^2 = 201,85$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,9076 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 11 halaman 110). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 22 butir pernyataan

---

<sup>53</sup> *Ibid.*, h. 89.

<sup>54</sup> Sudjana, *Metoda Statistika* (Bandung: PT. Tarsito, 2005), h. 94.

inihlah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur keputusan pembelian.

## **2. Suasana Toko**

### **a. Definisi Konseptual**

Suasana toko adalah kombinasi dari berbagai karakteristik fisik toko yang dapat membentuk citra suatu toko di benak konsumen.

### **b. Definisi Operasional**

Suasana toko dapat diukur dengan menggunakan empat indikator, yaitu indikator pertama adalah bagian luar toko (*exterior*) dengan sub indikator pertama, yaitu logo toko, sub indikator kedua, yaitu pintu masuk toko (*push & pull*); indikator kedua adalah bagian dalam toko (*general interior*) dengan sub indikator pertama, yaitu pencahayaan, sub indikator kedua, yaitu suhu udara, sub indikator ketiga, yaitu aroma. Indikator ketiga yaitu seragam pramuniaga dan indikator keempat yaitu pajangan barang.

### **c. Kisi-kisi Instrumen Suasana Toko**

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel suasana toko yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel suasana toko. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji

validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 3.

**Tabel III. 4. Kisi-kisi Instrumen Suasana Toko**

Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Bagian luar toko ( <i>exterior</i> )	Logo toko	1	2	2	1	5	1	3
		3	5	3	4		2	
		4						
	Pintu masuk toko ( <i>push &amp; pull</i> )	6	8		6	8	4	6
		7	10		7	10	5	8
	9	23		9	23	7	20	
	11			11		9		
Bagian dalam toko ( <i>general interior</i> )	Pencahayaan	12	14		12	14	10	12
		13			13		11	
		15			15		13	
	Suhu udara	16	18		16	18	14	16
			22			22		19
	Aroma	21	20		21	20	17	18
Seragam pramuniaga		24	25	25	24		21	
Pajangan Barang		17	19	19	17		15	

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

**Tabel III. 5. Skala Penilaian Instrumen Suasana Toko**

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

#### d. Validasi Instrumen Suasana Toko

Proses pengembangan instrumen suasana toko dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel suasana toko terlihat pada Tabel III.4 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel suasana toko.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel suasana toko sebagaimana tercantum pada Tabel III.4. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan

koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 55$$

Dimana:

- $r_{it}$  = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- $x_i$  = Deviasi skor butir dari  $X_i$
- $x_t$  = Deviasi skor dari  $X_t$

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah  $r_{tabel} = 0,361$ . Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 14 halaman 113 ) dari 25 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 4 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 21 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right] \quad 56$$

<sup>55</sup> Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*.

<sup>56</sup> *Ibid.*, h. 89.

Dimana:

- $r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen  
 $k$  = Banyak butir pernyataan (yang valid)  
 $\sum s_i^2$  = Jumlah varians skor butir  
 $st^2$  = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad ^{57}$$

Dimana:

- $S_i^2$  = Simpangan baku  
 $n$  = Jumlah populasi  
 $\sum Xi^2$  = Jumlah kuadrat data X  
 $\sum Xi$  = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $S_i^2 = 0,53$ ,  $St^2 = 99,58$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,849 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 17 halaman 116). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 21 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur suasana toko.

---

<sup>57</sup> Sudjana, *loc. cit.*.

### **3. Kualitas Pelayanan**

#### **a. Definisi Konseptual**

Kualitas pelayanan merupakan kinerja layanan secara keseluruhan (global) yang diberikan kepada konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen.

#### **b. Definisi Operasional**

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi. Dimensi pertama reliabilitas (*reliability*) dengan indikator pertama ketepatan dalam melayani dan indikator kedua yaitu pelayanan yang sama. Dimensi kedua, yaitu jaminan (*assurance*) dengan indikator pertama, yaitu kesopanan dari wiraniaga (jaminan bahwa wiraniaga toko akan berlaku sopan kepada konsumen) dan indikator keduanya ialah dapat dipercaya. Dimensi ketiga, yaitu empati (*emphaty*), dengan indikator perhatian pada pelanggan. Dimensi keempat daya tanggap (*responsiveness*) dengan indikator pertama yaitu menolong, dan indikator kedua yaitu merespon keluhan pelanggan. Dimensi kelima bukti fisik (*tangibles*) dengan indikator pertama, yaitu penampilan fisik wiraniaga (rapih), indikator kedua peralatan (mesin kasir, lemari pendingin, *juice maker*).

#### **c. Kisi-kisi Instrumen Kualitas Pelayanan**

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan yang diujicobakan dan juga sebagai



kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 6

**Tabel III. 6. Kisi-kisi Instrumen Kualitas Pelayanan**

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Keandalan ( <i>reliability</i> )	Ketepatan dalam melayani	1 3	4	4	1 3		1 3	
	Pelayanan yang sama	2	5	5	2		2	
Jaminan ( <i>assurance</i> )	Kesopanan (jaminan bahwa wiraniaga toko akan berlaku sopan kepada konsumen)	6 8 9	7		6 8 9	7	4 6 7	5
	Dapat dipercaya	10	11		10	11	8	9
Empati ( <i>Emphaty</i> )	Perhatian	12 14 15	13		12 14 15	13	10 12 13	11
Bukti Fisik ( <i>Tangibles</i> )	Penampilan fisik wiraniaga (rapih)	16 18			16 18		14 16	
	Peralatan (mesin kasir, lemari pendingin, <i>juice maker</i> )	20 21 22	19 23	19 23	20 21 22		17 18 19	

Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	Menolong	24			24		20	
	Merespon keluhan pelanggan	25			25		21	

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

**Tabel III. 7. Skala Penilaian Instrumen Kualitas Pelayanan**

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

#### d. Validasi Instrumen Kualitas Pelayanan

Proses pengembangan instrumen kualitas pelayanan dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel kualitas pelayanan terlihat pada Tabel III.6 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kualitas pelayanan.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kualitas pelayanan sebagaimana tercantum pada Tabel III.6. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 58$$

Dimana:

$r_{it}$  = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

$x_i$  = Deviasi skor butir dari  $X_i$

$x_t$  = Deviasi skor dari  $X_t$

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah  $r_{tabel}$

= 0,361 jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap valid.

Sedangkan, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 20 halaman 119 ) dari 25 pernyataan

---

<sup>58</sup> Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*.

tersebut, setelah divalidasi terdapat 4 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 21 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad ^{59}$$

Dimana:

- $r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen
- $k$  = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$  = Jumlah varians skor butir
- $st^2$  = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad ^{60}$$

Dimana:

- $Si^2$  = Simpangan baku
- $n$  = Jumlah populasi
- $\sum Xi^2$  = Jumlah kuadrat data X
- $\sum Xi$  = Jumlah data

---

<sup>59</sup> *Ibid.*, h. 89.

<sup>60</sup> Burhan Nurgiyanto, Gunawan dan Marzuki, *loc. cit.*.

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $S_i^2 = 0,47$ ,  $S_t^2 = 99,98$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,843 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 23 halaman 122). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 21 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur kualitas pelayanan.

## **F. Teknik Analisis Data**

Pengolahan data penelitian ini menggunakan program aplikasi *Microsoft Excel 2016*. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

### **1. Uji Persyaratan Analisis**

#### **a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X**

Sebelum data yang diperoleh dipakai dalam perhitungan, data tersebut diuji terlebih dahulu untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji *Liliefors*, pada taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05.

Dengan hipotesis statistik:

- 1)  $H_0$ : Galat Taksiran Regresi Y atas X berdistribusi normal.
- 2)  $H_1$ : Galat Taksiran Regresi Y atas X tidak berdistribusi normal.

Kriteria pengujian:

- 1) Terima  $H_0$  jika  $L_{hitung} < L_{tabel}$  berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.
- 2) Tolak  $H_0$  jika  $L_{hitung} > L_{tabel}$  berarti galat taksiran regresi Y atas X tidak berdistribusi normal.
- 3) Dalam penelitian ini variabel X yang dimaksud dalam prosedur di atas adalah  $(Y - \hat{Y})$ .

### b. Uji Linieritas Regresi

Pengujian linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan pada taraf signifikansi 0,05. “Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05”<sup>61</sup>.

Sedangkan kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

- 1) Jika signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima artinya data tidak linier.
- 2) Jika signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak artinya data linier.

## 2. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mendefinisikan hubungan linier antara satu variabel *independent* dan satu variabel *dependent*. Hasil dari analisis korelasi hanya untuk mengetahui

---

<sup>61</sup>Kadir dan Djaali, *Statistika Terapan: Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian* (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2015), h. 180.

seberapa besar tingkat keeratan atau kekuatan hubungan linier antara variabel saja. Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier sederhana dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX_i \quad 62$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  = variabel terikat

X = variabel bebas

a = konstanta (nilai Y apabila  $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$ )

b = koefisien regresi variabel bebas

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Signifikansi Parsial

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan suasana toko (X1) dengan keputusan pembelian (Y) dan hubungan kualitas pelayanan (X2) dengan keputusan pembelian (Y).

Hipotesis penelitiannya adalah sebagai berikut:

$$H_0 : b_1 = 0 \qquad H_1 : b_1 \neq 0$$

$$H_0 : b_2 = 0 \qquad H_1 : b_2 \neq 0$$

#### b. Perhitungan Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui seberapa jauh hubungan variabel X1 dengan variabel Y (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel) dan variabel X2 dengan variabel Y (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel), maka menghitung rxy dapat menggunakan rumus *Product Moment* dan *Karl Pearson*, dengan rumus sebagai berikut:

---

<sup>62</sup>Sugiyono, *op.cit.*, h. 247.

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}} \quad 63$$

Dimana:

$r_{xy}$  = Tingkat keterkaitan hubungan

$\sum x$  = Jumlah skor dalam sebaran X

$\sum y$  = Jumlah skor dalam sebaran Y

### c. Uji t

Menurut Soepomo, “Uji-t digunakan sebagai alat analisis data, dapat dipakai untuk menguji satu sampel atau dua sampel”<sup>64</sup>. Pengujian hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji koefisien regresi secara parsial (Uji-t) dengan menggunakan *Microsoft Excel 2016*. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan suasana toko (X1) dengan keputusan pembelian (Y) dan hubungan kualitas pelayanan (X2) dengan keputusan pembelian (Y).

$t_{hitung}$  dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r_{xy}\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}} \quad 65$$

Keterangan:

$t_{hitung}$  = Skor signifikan koefisien korelasi

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*

n = banyaknya sampel/data

Selanjutnya, Sugiyono menambahkan, kriteria pengujiannya sebagai berikut:

<sup>63</sup> *Ibid.*, h. 241.

<sup>64</sup> Bambang Soepomo, *Statistik Terapan: Dalam Penelitian Ilmu-ilmu Sosial & Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), h. 134.

<sup>65</sup> Sugiyono, *op.cit.*, h. 243.



- 1) Jika probabilitas  $> 0,05$  Ho diterima.
- 2) Jika probabilitas  $< 0,05$  Ho ditolak<sup>66</sup>.

#### 4. Perhitungan Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketetapan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan kemampuan variabel X ( $X_1, X_2, \dots, X_k$ ), yang merupakan variabel bebas, menerangkan atau menjelaskan variabel Y yang merupakan variabel terikat. Semakin besar nilai koefisien determinasi, semakin baik kemampuan variabel X menerangkan atau menjelaskan variabel Y.

Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$KD = r_{xy}^2 \quad 67$$

---

<sup>66</sup> *Ibid.*

<sup>67</sup> Sudjana, *op.cit.*, h. 370.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Data**

Deskripsi data hasil penelitian dimaksudkan untuk menyajikan gambaran umum pengolahan data masing-masing variabel. Penelitian ini terdapat dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah suasana toko (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2), dan variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y).

Gambaran karakteristik variabel-variabel penelitian diperoleh dari hasil pengolahan data dengan analisis statistik deskriptif. Deskripsi masing-masing variabel disajikan dalam bentuk skor rata-rata, nilai minimum, nilai maksimum, standar deviasi, varians, dan distribusi frekuensi. Hasil perhitungan statistik deskriptif masing-masing variabel secara lengkap dapat diuraikan sebagai berikut.

#### **1. Data Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian memiliki 22 pernyataan dalam instrumen penelitian yang telah melalui proses validasi dan reliabilitas. Instrumen terbagi ke dalam empat dimensi. Dimensi pertama adalah pengenalan kebutuhan dengan indikator pertama, yaitu stimuli internal dengan sub indikator diri sendiri; indikator kedua, yaitu stimuli eksternal dengan sub indikator pengaruh orang lain (teman). Dimensi kedua adalah

pencarian informasi dengan indikator pertama, yaitu sumber pribadi dengan sub indikator teman; indikator yang kedua, yaitu sumber komersial dengan sub indikatornya ialah iklan dan *website*; indikator yang ketiga, yaitu sumber pengalaman dengan sub indikatornya yaitu pernah membeli sebelumnya di *7-Eleven* Jalan Pemuda. Dimensi ketiga adalah evaluasi alternatif dengan indikator, yaitu memilih di antara dua atau lebih alternatif toko ritel. Dimensi keempat adalah pembelian dengan indikatornya, yaitu membeli merek yang disukai (*7-Eleven*). Data keputusan pembelian diperoleh melalui pengisian instrumen penelitian, berupa kuesioner dengan model Skala *Likert* yang diisi oleh 113 mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta sebagai responden.

Berdasarkan pengelolaan data, diperoleh skor terendah 67 dan skor tertinggi adalah 106, jumlah skor adalah 9856, sehingga rata-rata skor keputusan pembelian ( $Y$ ) yaitu sebesar 87,22, varians ( $S^2$ ) sebesar 85,35, dan simpangan baku ( $S$ ) sebesar 9,24 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 31 hal 143).

Distribusi frekuensi data keputusan pembelian dapat dilihat pada Tabel IV.1, dimana rentang skor adalah 39, banyak kelas adalah 8 dan panjang interval adalah 5 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 33 hal 147).

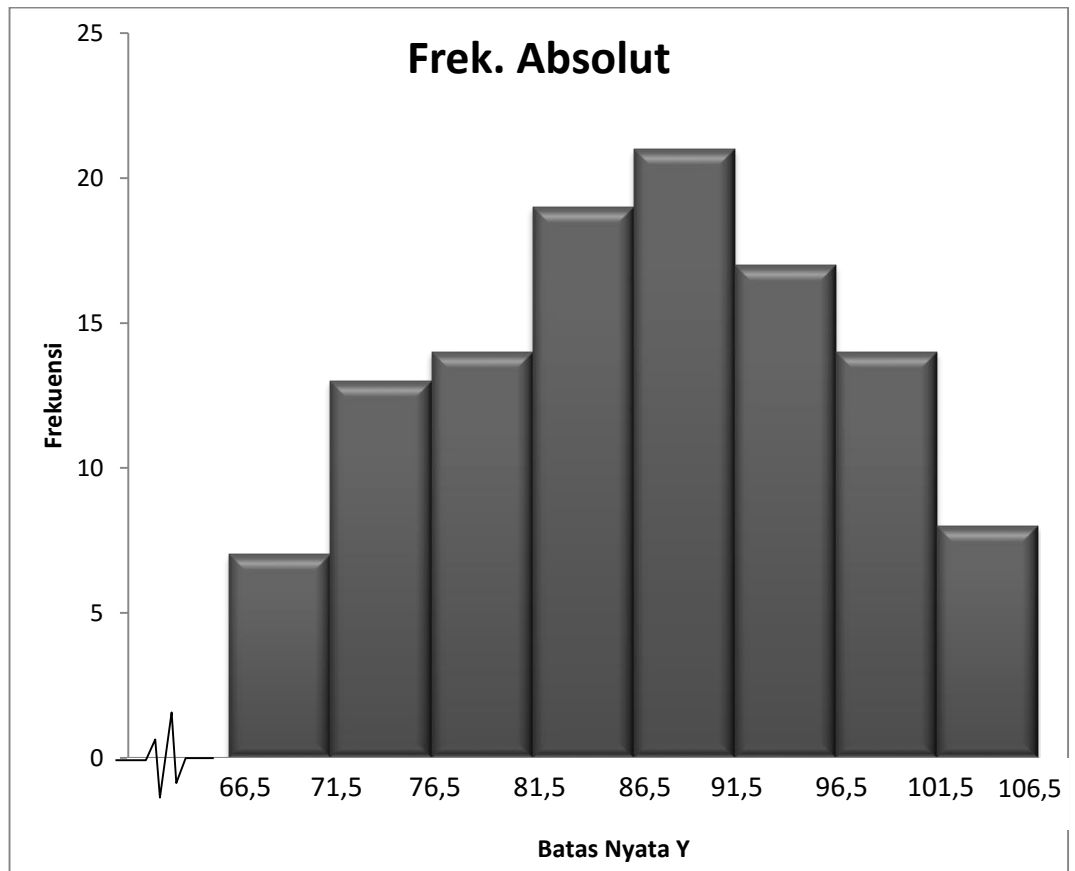
**Tabel IV. 1 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian**

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
67	-	71	66,5	71,5	7	6,2%
72	-	76	71,5	76,5	13	11,5%
77	-	81	76,5	81,5	14	12,4%
82	-	86	81,5	86,5	19	16,8%
87	-	91	86,5	91,5	21	18,6%
92	-	96	91,5	96,5	17	15,0%
97	-	101	96,5	101,5	14	12,4%
102	-	106	101,5	106,5	8	7,1%
Jumlah					113	100%

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel IV. 1, dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel keputusan pembelian, yaitu 21 yang terletak pada interval ke-5 yakni antara 87-91 dengan frekuensi relatif sebesar 18,6%. Sementara frekuensi terendahnya, yaitu 7 yang terletak pada interval ke-1, yakni antara 67-71 dengan frekuensi relatif yaitu sebesar 6,2%.

Untuk mempermudah penafsiran data frekuensi absolut keputusan pembelian, maka data ini digambarkan dalam grafik histogram sebagai berikut:



**Gambar IV. 1. Grafik Histogram Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel keputusan pembelian terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator stimuli internal dan sub indikator diri sendiri, yaitu sebesar 14,67%. Selanjutnya, dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator stimuli internal dan sub indikator pengaruh orang lain (teman), yaitu sebesar 14,58%. Kemudian dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber pribadi dan sub indikator teman, yaitu sebesar 14,26%. Selanjutnya dimensi evaluasi alternatif dengan indikator memilih antara dua atau lebih alternatif, yaitu sebesar 14,22%. Kemudian dimensi pembelian dengan indikator membeli

merek yang disukai, yaitu sebesar 14,12%. Selanjutnya indikator pencarian informasi dengan indikator sumber komersial dan sub indikator iklan dan *website*, yaitu sebesar 14,00%. Selanjutnya indikator pencarian informasi dengan indikator sumber pengalaman dan sub indikator pernah membeli, yaitu sebesar 13,90%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel IV. 2 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 51 hal 173).

**Tabel IV. 2. Rata-rata Hitung Skor Indikator Keputusan Pembelian**

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Jumlah Soal	Skor	Persentase
Pengenalan Kebutuhan	Stimuli internal	Diri sendiri	2 soal	$\frac{470+453}{2}$ 461,50	14,67%
	Stimuli eksternal	Pengaruh orang lain (teman)	2 soal	$\frac{453+464}{2}$ 458,50	14,58%
Pencarian Informasi	Sumber pribadi	Teman	2 soal	$\frac{450+447}{2}$ 448,50	14,26%
	Sumber Komersial	Iklan dan <i>Website</i>	9 soal	$\frac{436+441+439+440+435+437+448+441+445}{9}$ 440,22	14,00%
	Sumber pengalaman	Pernah membeli	1 soal	445	13,90%
Evaluasi Alternatif	Memilih antara dua atau lebih alternatif		4 Soal	$\frac{439+444+446+460}{4}$ 447,25	14,22%
Pembelian	Membeli merek yang disukai		2 Soal	$\frac{445+443}{2}$ 444,00	14,12%
<b>Total Skor</b>				<b>3144,97</b>	<b>100%</b>

## 1. Data Suasana Toko

Suasana toko memiliki 21 pernyataan dalam instrumen penelitian yang telah melalui proses validasi dan reliabilitas. Instrumen terbagi ke dalam dua indikator. Indikator pertama adalah bagian luar toko (*exterior*) dengan sub indikator pertama, yaitu logo toko, sub indikator kedua, yaitu pintu masuk toko (*push & pull*). Indikator kedua adalah bagian dalam toko (*general interior*) dengan sub indikator pertama, yaitu pencahayaan, sub indikator kedua, yaitu suhu udara, sub indikator ketiga, yaitu aroma. Indikator ketiga yaitu seragam pramuniaga, dan indikator keempat yaitu pajangan barang.

Data suasana toko diperoleh melalui pengisian instrumen penelitian, berupa kuesioner dengan model Skala *Likert* yang diisi oleh 113 mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta sebagai responden.

Berdasarkan pengelolaan data, diperoleh skor terendah 59 dan skor tertinggi adalah 98, jumlah skor adalah 8849, sehingga rata-rata skor suasana toko ( $X_1$ ) yaitu sebesar 78,31, varians ( $S^2$ ) sebesar 83,73, dan simpangan baku ( $S$ ) sebesar 9,15 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 31 hal 143).

Distribusi frekuensi data suasana toko dapat dilihat pada tabel IV.3, dimana rentang skor adalah 39, banyak kelas adalah 8 dan panjang interval adalah 5 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 34 hal 148).

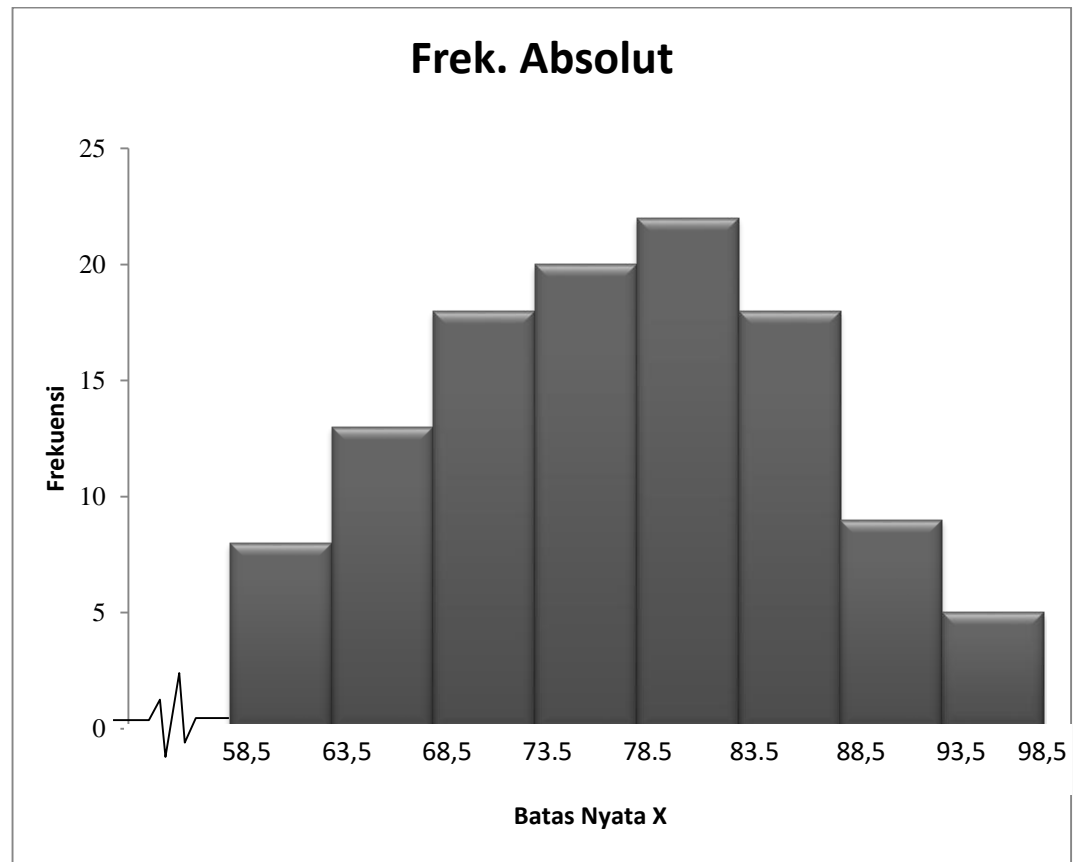
**Tabel IV. 3. Distribusi Frekuensi Suasana Toko**

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
59	-	63	58,5	63,5	8	7,1%
64	-	68	63,5	68,5	13	11,5%
69	-	73	68,5	73,5	18	15,9%
74	-	78	73,5	78,5	20	17,7%
79	-	83	78,5	83,5	22	19,5%
84	-	88	83,5	88,5	18	15,9%
89	-	93	88,5	93,5	9	8,0%
94	-	98	93,5	98,5	5	4,4%
Jumlah					113	100%

Berdasarkan tabel IV. 3, dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel suasana toko, yaitu 22 yang terletak pada interval ke-5 yakni antara 79-83 dengan frekuensi relatif sebesar 19,5%. Sementara frekuensi terendahnya, yaitu 5 yang terletak pada interval ke-8, yakni antara 94-98 dengan frekuensi relatif yaitu sebesar 4,4%.

Untuk mempermudah penafsiran data frekuensi absolut suasana toko, maka data ini digambarkan dalam grafik histogram sebagai berikut:





**Gambar IV. 2. Grafik Histogram Suasana Toko**

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel suasana toko terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator bagian luar toko dengan sub indikator logo toko, yaitu sebesar 15,59%. Selanjutnya, indikator seragam pramuniaga, yaitu sebesar 15,00%. Kemudian, indikator bagian dalam toko dengan sub indikator aroma, yaitu sebesar 14,42%. Indikator bagian dalam toko dengan sub indikator suhu udara, yaitu sebesar 14,19%. Kemudian, indikator pajangan barang, yaitu sebesar 14,00%. Selanjutnya, indikator bagian dalam toko dengan sub indikator pencahayaan, yaitu sebesar 13,86%. Kemudian, indikator bagian luar toko dengan sub indikator

pintu masuk, yaitu sebesar 12,17%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel IV. 4 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 52 hal 174).

**Tabel IV 4. Rata-rata Hitung Skor Indikator Suasana Toko**

Indikator	Sub Indikator	Jumlah Soal	Skor	Persentase
Bagian luar toko (exterior)	Logo toko	3 Soal	$\frac{463+458+446}{3}$ 455,7	15,59%
	Pintu masuk toko (push & pull)	6 soal	$\frac{443+422+422+400+406+396}{6}$ 355,5	12,17%
Bagian dalam toko (general interior)	Pencahayaan	4 soal	$\frac{411+403+403+403}{4}$ 405,0	13,86%
	Suhu udara	2 Soal	$\frac{407+422}{2}$ 414,5	14,19%
	Aroma	4 Soal	$\frac{413+430+408+434}{4}$ 421,3	14,42%
Seragam pramuniaga		1 soal	448	15%
Pajangan Barang		1 soal	422	14%
<b>Total Skor</b>			<b>2499,9</b>	<b>100%</b>

## 2. Data Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan memiliki 21 pernyataan dalam instrumen penelitian yang telah melalui proses validasi dan reliabilitas. Instrumen terbagi ke dalam lima dimensi. Dimensi pertama reliabilitas (*reliability*) dengan indikator pertama ketepatan dalam melayani dan indikator kedua yaitu pelayanan yang sama. Dimensi kedua, yaitu jaminan (*assurance*) dengan indikator pertama, yaitu kesopanan dari wiraniaga (jaminan bahwa wiraniaga toko akan berlaku sopan kepada konsumen) dan indikator keduanya ialah dapat dipercaya. Dimensi ketiga, yaitu empati (*emphaty*), dengan indikator perhatian pada pelanggan. Dimensi keempat daya tanggap (*responsiveness*) dengan indikator pertama yaitu menolong, dan indikator kedua yaitu merespon keluhan pelanggan. Dimensi kelima bukti fisik (*tangibles*) dengan indikator pertama, yaitu penampilan fisik wiraniaga (rapih), indikator kedua peralatan (mesin kasir, lemari pendingin, *juice maker*)

Data kualitas pelayanan diperoleh melalui pengisian instrumen penelitian, berupa kuesioner dengan model Skala *Likert* yang diisi oleh 113 mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta sebagai responden.

Berdasarkan pengelolaan data, diperoleh skor terendah 58 dan skor tertinggi adalah 97, jumlah skor adalah 8828, sehingga rata-rata skor kualitas pelayanan ( $X_2$ ) yaitu sebesar 78,12, varians ( $S^2$ ) sebesar

92,57, dan simpangan baku (S) sebesar 9,62 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 56 hal 184).

Distribusi frekuensi data kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel IV. 5, dimana rentang skor adalah 39, banyak kelas adalah 8 dan panjang interval adalah 5 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 58 hal 188).

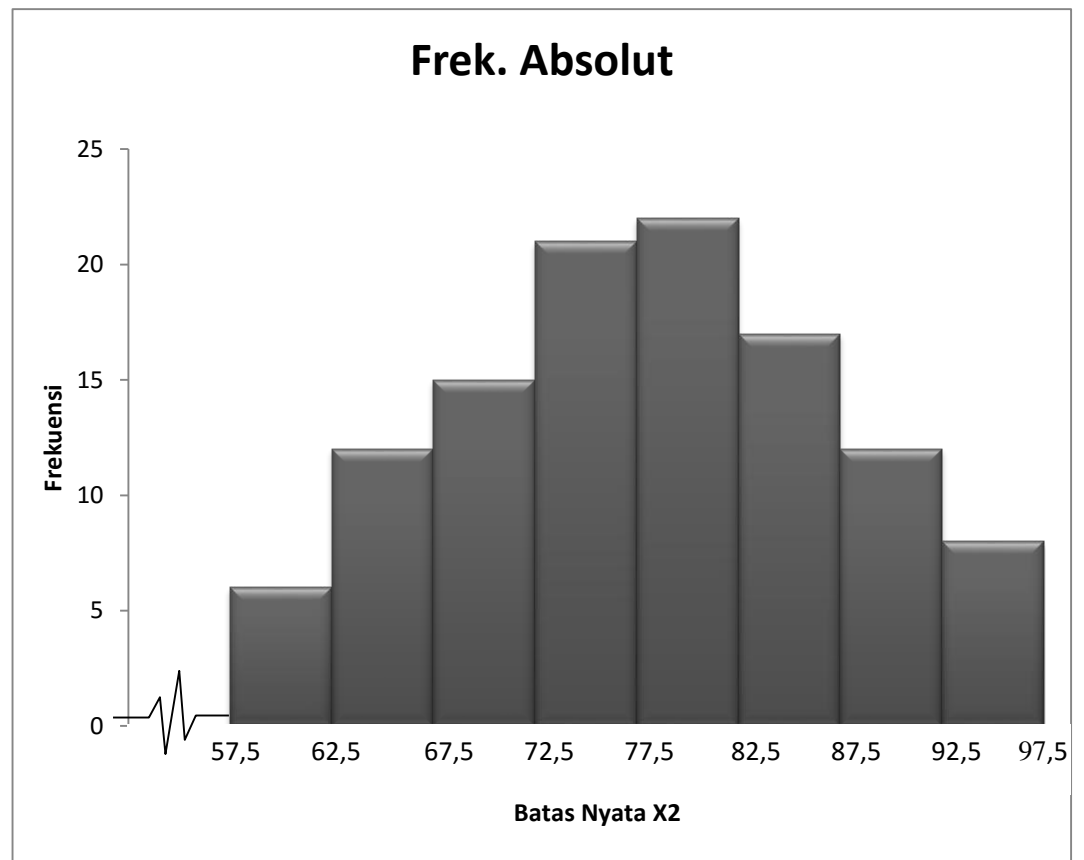
**Tabel IV. 5. Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan**

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
58	-	62	57,5	62,5	6	5,3%
63	-	67	62,5	67,5	12	10,6%
68	-	72	67,5	72,5	15	13,3%
73	-	77	72,5	77,5	21	18,6%
78	-	82	77,5	82,5	22	19,5%
83	-	87	82,5	87,5	17	15,0%
88	-	92	87,5	92,5	12	10,6%
93	-	97	92,5	97,5	8	7,1%
Jumlah					113	100%

Berdasarkan tabel IV. 5, dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel kualitas pelayanan, yaitu 22 yang terletak pada interval ke-4 yakni antara 78-82 dengan frekuensi relatif sebesar 19,5%. Sementara frekuensi terendahnya, yaitu 6 yang terletak pada interval ke-1, yakni antara 58-62 dengan frekuensi relatif yaitu sebesar 5,3%.

Untuk mempermudah penafsiran data frekuensi absolut kualitas pelayanan, maka data ini digambarkan dalam grafik histogram sebagai

berikut:



**Gambar IV. 3. Grafik Histogram Kualitas Pelayanan**

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel kualitas pelayanan terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator pelayanan yang sama dalam dimensi reliabilitas (*reliability*) dan indikator menolong dalam dimensi daya tanggap (*responsiveness*) yaitu sebesar 12,00%. Selanjutnya, dimensi reliabilitas (*reliability*) dengan indikator ketepatan dalam melayani, yaitu sebesar 11,79%. Kemudian dimensi empati (*emphaty*) dengan indikator perhatian dan dimensi bukti fisik (*tangibles*) dengan indikator penampilan fisik wiraniaga (rapih) dan indikator peralatan (mesin kasir,

lemari pendingin, juice maker), serta dimensi daya tanggap (responsiveness) dengan indikator merespon keluhan pelanggan, yaitu sebesar 11%. Selanjutnya, dimensi jaminan (*assurance*) dengan indikator kesopanan (jaminan bahwa wiraniaga toko akan berlaku sopan kepada konsumen), yaitu sebesar 10,96%. Kemudian dimensi jaminan (*assurance*) dengan indikator dapat dipercaya, yaitu sebesar 10,34%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel IV. 6 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 74 hal 212).

**Tabel IV. 6. Rata-rata Hitung Skor Indikator Kualitas Pelayanan**

Dimensi	Indikator	Jumlah Soal	Skor	Persentase
Reliabilitas (reliability)	Ketepatan dalam melayani	2 Soal	$\frac{465+440}{2}$ 452,5	11,79%
	Pelayanan yang sama	1 soal	455,0	12%
Jaminan (assurance)	Kesopanan (jaminan bahwa wiraniaga toko akan berlaku sopan kepada konsumen)	4 soal	$\frac{441+422+423+397}{4}$ 420,75	10,96%
	Dapat dipercaya	2 Soal	$\frac{407+387}{2}$ 397	10,34%
Empati (emphaty)	Perhatian	4 soal	$\frac{414+399+402+404}{4}$ 405	11%
Bukti Fisik (tangibles)	Penampilan fisik wiraniaga (rapih)	3 soal	$\frac{403+420+411}{3}$ 411	11%
	Peralatan (mesin kasir, lemari pendingin, juice maker)	3 soal	$\frac{412+431+417}{3}$ 420	11%
Daya Tanggap ( <i>responsiveness</i> )	Menolong	1 soal	444	12%
	Merespon keluhan pelanggan	1 soal	434	11%
<b>Total Skor</b>			<b>3839,3</b>	<b>100%</b>

## **B. Pengujian Hipotesis**

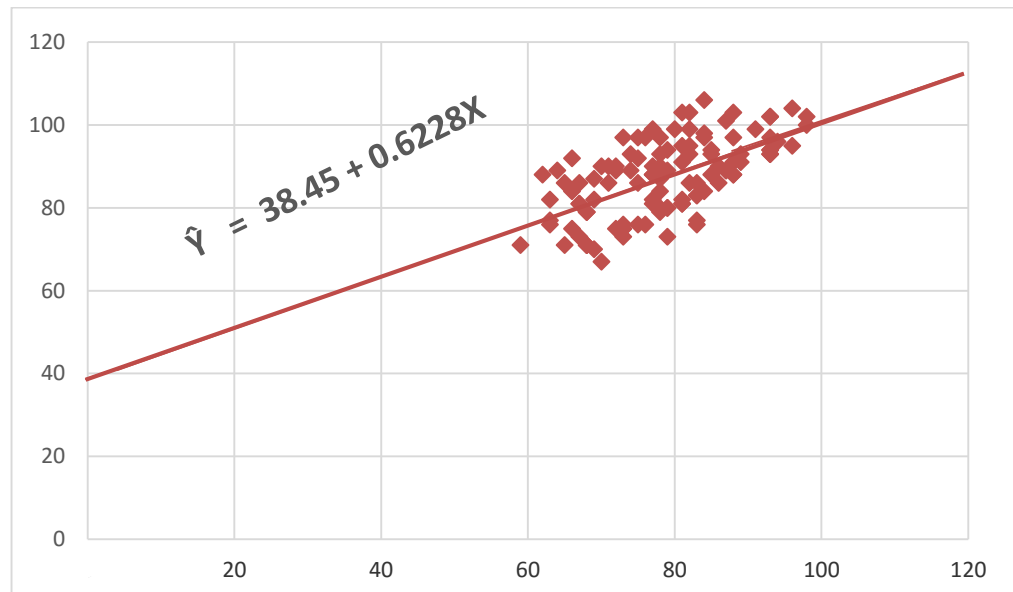
### **1. Persamaan Garis Regresi**

Persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah persamaan garis regresi sederhana yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh satu variabel pada variabel lainnya, dalam penelitian ini berarti  $X_1$  dengan  $Y_1$  dan  $X_2$  dengan  $Y_1$ .

#### **a. Persamaan Garis Regresi Suasana Toko dengan Keputusan Pembelian**

Analisis regresi linier sederhana terhadap pasangan data penelitian antara suasana toko dengan keputusan pembelian menghasilkan koefisien arah regresi sebesar 0,6228 dan menghasilkan konstanta sebesar 38,45 dengan demikian, bentuk hubungan antara variabel suasana toko dengan keputusan pembelian memiliki persamaan regresi  $\hat{Y} = 38,45 + 0,6228X_1$ . Selanjutnya, persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor suasana toko ( $X_1$ ) akan mengakibatkan kenaikan keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,6228 skor pada konstanta 38,45 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 37 hal 151).

Persamaan garis regresi  $\hat{Y} = 38,45 + 0,6228X_1$  dapat digambarkan pada grafik berikut ini.



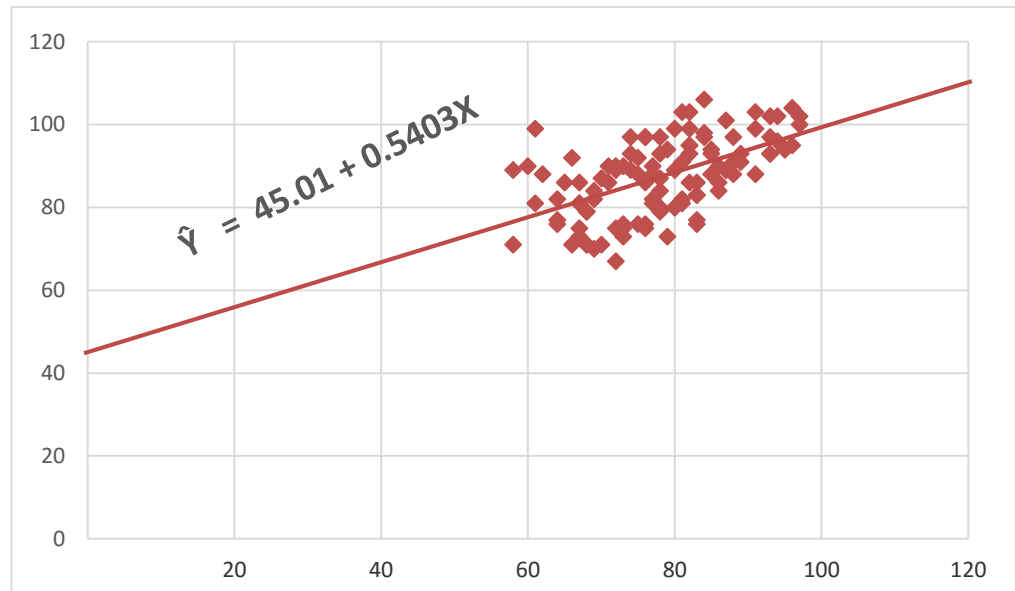
**Gambar IV. 4. Grafik Hubungan antara Suasana Toko dengan Keputusan Pembelian Persamaan Regresi  $\hat{Y} = 38,45 + 0,6228X1$**

**b. Persamaan Garis Regresi Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian**

Analisis regresi linier sederhana terhadap pasangan data penelitian antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian menghasilkan koefisien arah regresi sebesar 0,5403 dan menghasilkan konstanta sebesar 45,01 dengan demikian, bentuk hubungan antara variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dengan keputusan pembelian ( $Y$ ) memiliki persamaan regresi  $\hat{Y} = 45,01 + 0,5403X_2$ . Selanjutnya, persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor kualitas pelayanan ( $X_2$ ) akan mengakibatkan kenaikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,5403 skor pada konstanta 45,01 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 60 hal 190).



Persamaan garis regresi  $\hat{Y} = 45,01 + 0,5403X_2$  dapat digambarkan pada grafik berikut ini:



**Gambar IV. 5. Grafik Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian Persamaan Regresi  $\hat{Y} = 45,01 + 0,5403X_2$**

## 2. Pengujian Persyaratan Analisis

### a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X

#### 1). Y atas X<sub>1</sub>

Dalam perhitungan pengujian persyaratan analisis dilakukan untuk menguji apakah galat taksiran regresi keputusan pembelian (Y) atas suasana toko ( $X_1$ ) berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas galat taksiran regresi Y atas  $X_1$  dilakukan dengan uji *Liliefors* pada taraf signifikan ( $\alpha = 0,05$ ), untuk sampel sebanyak 113 mahasiswa dengan kriteria pengujian berdistribusi normal apabila  $L_{hitung} (L_0) < L_{tabel} (L_t)$  dan jika sebaliknya, maka galat taksiran regresi Y atas  $X_1$  tidak berdistribusi normal.

Hasil perhitungan uji *Liliefors* menyimpulkan bahwa taksiran regresi Y atas  $X_1$  berdistribusi normal. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil perhitungan  $L_0 = 0,0690$  sedangkan  $L_t = 0,0833$  ini berarti  $L_0 < L_t$  (perhitungan terdapat pada lampiran 43 hal. 163), artinya data berdistribusi normal.

**Tabel IV. 7. Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas  $X_1$**

No	Galat	$L_0$	$L_t$	Keputusan	Keterangan
1.	Y atas $X_1$	0,0690	0,0844	Terima $H_0$	Normal

## 2). Y atas $X_2$

Dalam perhitungan pengujian persyaratan analisis dilakukan untuk menguji apakah galat taksiran regresi keputusan pembelian (Y) atas kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas galat taksiran regresi Y atas  $X_2$  dilakukan dengan uji *Liliefors* pada taraf signifikan ( $\alpha = 0,05$ ), untuk sampel sebanyak 113 mahasiswa dengan kriteria pengujian berdistribusi normal apabila  $L_{hitung} (L_0) < L_{tabel} (L_t)$  dan jika sebaliknya, maka galat taksiran regresi Y atas  $X_2$  tidak berdistribusi normal.

Kemudian, untuk hasil perhitungan uji *Liliefors* menyimpulkan bahwa taksiran regresi Y atas  $X_2$  berdistribusi normal. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil perhitungan  $L_0 = 0,0495$  sedangkan  $L_t = 0,0833$  ini berarti  $L_0 < L_t$  (perhitungan terdapat pada lampiran 65 hal. 199), artinya ialah data berdistribusi normal. Untuk lebih

jelasan, hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel IV. 8 sebagai berikut:

**Tabel IV. 8. Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X<sub>2</sub>**

No	Galat	L <sub>0</sub>	L <sub>t</sub>	Keputusan	Keterangan
1.	Y atas X <sub>2</sub>	0,0495	0,0844	Terima H <sub>0</sub>	Normal

**b. Uji Linieritas Regresi**

**1). Linieritas atas Suasana Toko dengan Keputusan Pembelian**

Penguji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi bersifat linier atau tidak dengan kriteria pengujian  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka regresi dinyatakan linier.

Tabel distribusi F yang digunakan untuk mengukur linieritas regresi Y atas X<sub>1</sub> dengan dk pembilang (k-2) = 26 dan dk penyebut (n-k) 85 dengan taraf signifikan 0,05, diperoleh  $F_{hitung} = 1,52$  sedangkan  $F_{tabel} = 1,63$ . Ini berarti  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , yang berarti regresi linier (perhitungan terdapat pada lampiran 46 hal 168).

**2). Linieritas atas Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian**

Selanjutnya, tabel distribusi F yang digunakan untuk mengukur linieritas regresi Y atas X<sub>2</sub> dengan dk pembilang (k-2) = 31 dan dk penyebut (n-k) = 80 dengan taraf signifikan 0,05 diperoleh  $F_{hitung} = 1,52$  sedangkan  $F_{tabel} = 1,59$ . Ini berarti  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , yang berarti regresi linier (perhitungan terdapat pada lampiran 69 hal 208).

### 3. Pengujian Hipotesis Penelitian

#### a. Uji Keberartian Regresi

Uji keberartian regresi digunakan untuk mengetahui apakah model regresi berarti atau tidak dengan kriteria pengujian  $H_0$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan  $H_0$  ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , dimana model regresi dinyatakan berarti apabila menolak  $H_0$ . Pengujian ini dilakukan dengan tabel ANOVA.

Untuk perhitungan Y atas  $X_1$  diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 68,17 dan  $F_{tabel}$  sebesar 3,93. Hal ini dapat disimpulkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , yang artinya pengujian ini dinyatakan bahwa memiliki regresi yang berarti. (perhitungan terdapat pada lampiran 45 hal 167).

Selanjutnya, untuk perhitungan Y atas  $X_2$  diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 51,43 dan  $F_{tabel}$  sebesar 3,93. Hal ini dapat disimpulkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , yang artinya pengujian ini dinyatakan bahwa memiliki regresi yang berarti (perhitungan terdapat pada lampiran 68 hal 206).

#### b. Uji Koefisien Korelasi

Pengujian koefisien korelasi bertujuan untuk mengetahui besar atau kuatnya hubungan antara variabel X dan variabel Y. Penelitian ini menggunakan rumus koefisien korelasi *Product Moment* dari *Pearson*.

Hasil perhitungan koefisien korelasi antara suasana toko dengan keputusan pembelian diperoleh koefisien sederhana  $r_{x1y} = 0,617$  (proses perhitungan dapat dilihat pada lampiran 48 hal 170).

Kemudian, untuk hasil perhitungan koefisien korelasi kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian diperoleh koefisien korelasi sederhana  $r_{x2y} = 0,563$  (proses perhitungan dapat dilihat pada lampiran 71 hal 209).

**c. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)**

Uji signifikansi parsial dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) mempunyai pengaruh yang nyata atau signifikan dengan variabel dependen (Y), pengujian dilakukan dengan menggunakan uji t pada taraf signifikansi 0.05. kriteria pengujiannya adalah  $H_0$  diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka koefisien dinyatakan signifikan dan  $H_0$  ditolak jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka koefisien dinyatakan tidak signifikan.

Berdasarkan pengujian signifikansi antara suasana toko dengan keputusan pembelian diperoleh  $t_{hitung} 8,256 > t_{tabel} = 1,66$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien adalah signifikan. Artinya, dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara suasana toko dengan keputusan pembelian.

Selanjutnya, berdasarkan pengujian koefisien signifikansi antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian diperoleh  $t_{hitung} = 7,171 > t_{tabel} = 1,66$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien adalah signifikan. Artinya, yaitu dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian.

#### d. Uji Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi ( $r^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat.

Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi  $r_{x1y} = 0,617^2 = 0,3805$  yang artinya bahwa sebesar 38,05% keputusan pembelian *7-Eleven Jalan Pemuda* pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. ditentukan oleh suasana toko (perhitungan terdapat pada lampiran 50 hal 172).

Berkutnya, berdasarkan perhitungan koefisien determinasi  $r_{x2y} = 0,563^2 = 0,3166$  yang artinya bahwa sebesar 31,66% keputusan pembelian *7-Eleven Jalan Pemuda* pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. ditentukan oleh kualitas pelayanan (perhitungan terdapat pada lampiran 73 hal 211).

### C. Pembahasan

Berdasarkan hasil perhitungan yang sebelumnya telah dijelaskan, dapat diketahui bahwa, terdapat hubungan yang positif antara suasana toko dengan keputusan pembelian *7-Eleven Jalan Pemuda* pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.

Dari perhitungan yang telah dijelaskan dapat diinterpretasikan bahwa suasana toko mempengaruhi keputusan pembelian atau semakin nyaman suasana toko yang diberikan, maka semakin tinggi pula keputusan

untuk melakukan pembelian produk *7-Eleven* Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian sebelumnya yang relevan merupakan pendukung untuk melakukan penelitian ini. Dengan demikian, hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu menyatakan bahwa penelitian ini berhasil menguji hipotesis, dimana sama seperti 2 (dua) peneliti terdahulu, yang dilakukan oleh Rahmat Majid dan Rahmandeep Bawa, A.K. Sinha, Rita Kant. Penelitian yang dilakukan ini menunjukkan bahwa koefisien korelasi  $r_{xy} = 0,617$ . Koefisien tersebut menunjukkan arah kedua variabel adalah korelasi positif. Kemudian dari hasil perhitungan uji keberartian koefisien korelasi (uji-t) diperoleh  $t_{hitung} = 8,256 > t_{tabel} = 1,66$  dengan kriteria koefisien korelasi dinyatakan signifikan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Koefisien korelasi di uji pada taraf signifikan ( $\alpha = 0,05$ ) dengan derajat kebebasan (dk) = 111. Jika  $H_0$  ditolak, maka koefisien korelasi signifikan, sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang positif antara suasana toko dengan keputusan pembelian.

Selain itu, perhitungan pada penelitian ini juga dapat diketahui bahwa, terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.

Dari perhitungan tersebut maka dapat diinterpretasikan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian atau semakin baik

dan tepat kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula keputusan untuk melakukan pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian sebelumnya yang relevan merupakan pendukung untuk melakukan penelitian ini. Dengan demikian, hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menyatakan bahwa penelitian ini berhasil menguji hipotesis, dimana sama seperti 2 (dua) peneliti terdahulu. Penelitian yang peneliti lakukan ini menunjukkan bahwa koefisien korelasi  $r_{xy} = 0,563$ . Koefisien tersebut menunjukkan arah kedua variabel adalah korelasi positif. Dari hasil perhitungan uji keberartian koefisien korelasi (uji-t) diperoleh  $t_{hitung} = 7,171 > t_{tabel} = 1,66$  dengan kriteria koefisien korelasi dinyatakan signifikan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Koefisien korelasi di uji pada taraf signifikan ( $\alpha = 0,05$ ) dengan derajat kebebasan ( $dk = 111$ ). Jika  $H_0$  ditolak, maka koefisien korelasi signifikan, sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian.



## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi dari hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat hubungan yang positif antara suasana toko dengan keputusan pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi  $\hat{Y} = 38.45 + 0.6228X_1$  menunjukkan bahwa setiap satu skor suasana toko (variabel  $X_1$ ), maka akan mengakibatkan kenaikan satu skor pada keputusan pembelian (variabel  $Y$ ) sebesar 0,6228 pada konstanta 38,45. Keputusan pembelian ditentukan oleh suasana toko sebesar 38,05% dan sisanya 61,95% ditentukan oleh faktor lain, seperti promosi dan kualitas pelayanan.
2. Terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi  $\hat{Y} = 45.01 + 0.5403X_2$  menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor kualitas pelayanan (variabel  $X_2$ ), maka akan mengakibatkan

kenaikan satu skor pada keputusan pembelian (variabel Y) sebesar 0,5403 pada konstanta 45,01. Keputusan pembelian ditentukan oleh kualitas pelayanan sebesar 31,66% dan sisanya 68,34% ditentukan oleh faktor lain, seperti promosi dan suasana toko.

#### **A. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa suasana toko sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Selain itu, faktor kedua yaitu kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan dengan keputusan pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Dengan demikian, hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel keputusan pembelian terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator stimuli internal dan sub indikator diri sendiri, yaitu sebesar 14,72%. Selanjutnya, dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator stimuli internal dan sub indikator pengaruh orang lain (teman), yaitu sebesar 14,62%. Kemudian dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber pribadi dan sub indikator teman, yaitu sebesar 14,30%. Selanjutnya

dimensi evaluasi alternatif dengan indikator memilih antara dua atau lebih alternatif, yaitu sebesar 14,26%. Selanjutnya indikator pencarian informasi dengan indikator sumber pengalaman dan sub indikator pernah membeli, yaitu sebesar 14,16%. Kemudian dimensi pembelian dengan indikator membeli merek yang disukai, yaitu sebesar 14,04%. Selanjutnya indikator pencarian informasi dengan indikator sumber komersial dan sub indikator iklan dan *website*, yaitu sebesar 13,90%.

Dari hasil pengelolaan data, *7-Eleven* Jalan Pemuda seharusnya menaruh perhatian lebih besar pada indikator yang rendah agar dapat dilakukan perbaikan-perbaikan untuk kedepannya, seperti indikator terendah variabel keputusan pembelian, yaitu dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber komersial dan sub indikator iklan, untuk variabel suasana toko indikator terendahnya adalah indikator bagian luar toko (*exterior*) dengan sub indikator pintu masuk dan untuk variabel kualitas pelayanan indikator terendahnya adalah dimensi jaminan (*assurance*) dengan indikator dapat dipercaya. Selain itu, *7-Eleven* Jalan Pemuda harus tetap mempertahankan indikator yang mempunyai skor tertinggi, sehingga keputusan untuk melakukan pembelian dapat terwujud dengan maksimal.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat dalam meningkatkan keputusan pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda, antara lain:

1. *7-Eleven* Jalan Pemuda sebaiknya lebih memperhatikan suasana toko, terutama terutama dalam hal kenyamanan di dalam maupun di luar toko, sehingga dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen untuk dalam melakukan pembelian.
2. *7-Eleven* Jalan Pemuda sebaiknya lebih meningkatkan kualitas pelayanan, terutama pada aspek menolong konsumen dan memberikan pelayanan yang sama terhadap konsumen, sehingga konsumen senang untuk melakukan pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adriansan Sudarso. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Ariani D. Wahyu, *Manajemen Operasi Jasa*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Bambang Soepomo, *Statistik Terapan: Dalam Penelitian Ilmu–ilmu Sosial & Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2000.
- Barry Berman and Joel R. Evans, *Retailing Management A Strategic Approach Tenth Edition*, New Jersey: Pearson International Edition, 2007.
- Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 2008.
- Bernard T. Widjaja, *Life Style Marketing*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Bob Foster, *Manajemen Ritel*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2011.
- Christina Whidya Utami, *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Djaali dan Pudji Muljono. *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: Grasindo, 2008.
- Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- Harper W. Boyd and Orville C. Walker, *Marketing Management: A Strategic Approach*, Tokyo: Toppan Co, 1992.
- Hawkins, *Consumer Behavior 12th Edition*, New York: McGraw-Hill International Edition, 2013.
- Jay Kandampully, *et. al. Service Quality Management in Hospitality, Tourism and Leisure*, New York: Routledge, 2001.

- Jhon Wang, *Advancing The Service Sector with Evolving Technologies, Techniques and Principles*, United State of America: IGI GLOBAL, 2012.
- Joachim Zentes *et. al*, *Strategic Retail Management*, Wiesbaden: Springer Nature, 2017.
- K. Rama Mohana Rao, *Service Marketing Second Edition*, India: Dorling Kindersley, 2011.
- Kadir dan Djaali, *Statistika Terapan: Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*, Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2015.
- Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk. *Consumer Behavior Eighth Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall Inc, 2004.
- Mahmud Akhter Shareef *et. al.*, *Proliferation Of The Internet Economy*, New York: IGI Global, 2009.
- Michael Adiwijaya, *8 Jurus Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2010.
- Michael Levy and Barton A. Weitz, *Retailing Management Eighth Edition*, New York: McGraw-Hill Irwin, 2012.
- Michael R. Solomon, *Consumer Behavior Buying, Having and Being Tenth Edition Global Edition*, USA: Pearson Education, 2013.
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta: Kencana, 2008.
- Philip Kotler and Gary Amstrong, *Principle of Marketing*, USA: Pearson Education, 2010.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1*, Jakarta: PT. Indeks, 2009.
- Sudjana, *Metoda Statistika*, Bandung: PT. Tarsito, 2005.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2007.
- Suharno dan Yudi Sutarso, *Marketing in Practice*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Thomas S. Kaihatu *et. al*, *Manajemen Komplain*, Yogyakarta: Andi Offset, 2015.

William M. Pride and O. C. Ferrell, *Foundation Of Marketing*, Boston: Cengage Learning, 2015.

William M. Pride and O. C. Ferrell, *Marketing 2010 Edition*, Mason: South-Western Cengage Learning, 2010.

**Jurnal:**


Junio Anderti, Nabila H Zhafira, Sheila S Akmal, Suresh Kumar dengan judul “*The Analysis of Product, Price, Place, Promotion and Service Quality on Customers’ Buying Decision of Convenience Store: A Survey of Young Adult in Bekasi, West Java, Indonesia*”. *International Journal of Advances in Management and Economics*, Vol. 2, Issue 6, November-December 2013, ISSN: 2278-3369

Meliana, Sulistiono, dan Budi Setiawan dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus pada Giant Hypermarket”. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, Vol. 1, No. 3, Juli 2013, ISSN: 2337-7860.


Rahmat Majid dengan judul “*The Influence Store Atmosphere Towards Customer Emotions and Purchase Decisions*”. *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, Volume 3, Issue 10, October 2014, ISSN (Online): 2319-7722, ISSN (Print): 2319-7714.

Rahmandeep Bawa, A.K. Sinha dan Rita Kant dengan judul “*Effect Of Store Atmosphere On Customer Buying Behavior*”. *Asian Journal of Home Science* , Volume 10, Issue 2, December 2015, DOI: 10.15740/HAS/AJHS/10.2/386-394, ISSN: 0976-8351.

## LAMPIRAN

  
*Building Future Leaders*

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI  
Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285

  
AN ISO 9001:2015 CERTIFIED COMPANY

---


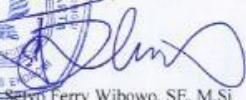
Nomor : 226/UN39.6/FE/III/2017  
Lamp : -  
Hal : Izin Penelitian

24 Maret 2017

Yth. Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Niaga  
Universitas Negeri Jakarta  
di  
Jakarta

Dengan hormat,  
Menanggapi permintaan Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Niaga tentang permohonan izin penelitian, maka dengan ini kami memberikan izin penelitian dalam rangka penulisan skripsi kepada para mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga (daftar terlampir).

Atas perhatian yang diberikan, kami sampaikan terima kasih.

  
Wakil Dekan I,  
  
Selyo Ferry Wibowo, SE, M.Si  
NIP. 197206171999031001

Tembusan:  
1. Dekan (sebagai laporan)  
2. Koordinator Prodi. SI Manajemen



*Survei Awal Penelitian*

# Survei Awal Penelitian pada 7-Eleven Jl. Pemuda

Saya Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga 2013 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sedang melakukan survei awal untuk penelitian skripsi saya yang berjudul Hubungan antara Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian 7-Eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.

\* Wajib

Nama \*

Jawaban Anda

Jenis Kelamin \*

Laki - laki

Perempuan

Program Studi dan Angkatan \*

Pendidikan Tata Niaga 2013

Pendidikan Tata Niaga 2014

Pendidikan Tata Niaga 2015

Pendidikan Tata Niaga 2016

Nomor Registrasi \*

Jawaban Anda

Nomor Hanphone \*

Jawaban Anda

1) Apakah anda pernah membeli di 7-Eleven Jalan Pemuda di Jakarta ? \*

Ya

Tidak

2) Jika, Ya, berikan alasan anda ? \*

Kualitas pelayanan yang baik

Suasana toko yang nyaman

A - B benar

Yang lain:

KIRIM



2	Saya membeli produk di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda bukan atas keinginan saya sendiri					
3	Teman saya menyarankan kepada saya untuk membeli produk di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					
4	Teman saya melarang saya untuk membeli produk di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					
5	Saya memperoleh informasi tentang <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda dari teman saya					
6	Saya memperoleh informasi dari teman saya tentang toko ritel kecuali <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					
7	Saya mengetahui <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda melalui iklan di televisi					
8	Saya hanya mengetahui iklan toko ritel sejenis di televisi daripada <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					
9	Saya mengetahui <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda diiklankan koran					
10	Saya hanya mengetahui toko ritel selain <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda diiklankan di koran					
11	Saya mengetahui <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda mengeluarkan brosur sebagai sarana iklan					
12	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda tidak mengeluarkan brosur sebagai sarana iklan					
13	Saya mengetahui <i>7-Eleven</i> dari <i>website</i> di internet					
14	Saya hanya mengetahui toko ritel sejenis selain <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda pada <i>website</i> di internet					
15	Saya melihat <i>website</i> <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda di internet					

16	Saya kurang suka membeli produk di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					
17	Saya pernah membeli produk di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					
18	Saya senang membeli produk di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					
19	Saya lebih memilih berbelanja di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda daripada toko ritel sejenis					
20	Saya lebih memilih berbelanja di toko ritel selain <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					
21	Berbelanja di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda lebih menarik dari toko ritel lain					
22	Berbelanja di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda lebih membosankan dari toko ritel lain					
23	Saya hanya melihat <i>website</i> toko ritel selain <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					
24	Saya belum pernah membeli produk di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					



3	Logo di depan toko <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda mudah untuk diingat					
4	Logo di depan toko <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda terlihat menarik					
5	Logo di depan toko <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda terlihat kurang menarik					
6	Pintu masuk <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda luas					
7	Pintu masuk <i>7-Eleven</i> dilengkapi dengan petunjuk cara membuka pintu ( <i>push &amp; pull</i> )					
8	Pintu masuk <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda tidak dilengkapi petunjuk cara membuka pintu ( <i>push &amp; pull</i> )					
9	Pintu masuk <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda mudah untuk dibuka					
10	Pintu masuk <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda sulit untuk dibuka					
11	Pegangan pintu masuk <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda dalam keadaan baik					
12	Cahaya lampu di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda terang					
13	Pencahayaan di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda memudahkan saya dalam memilih produk					
14	Pencahayaan di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda menyulitkan saya dalam memilih produk					
15	Seluruh toko <i>7-Eleven</i> jalan Pemuda mendapat pencahayaan yang cukup					
16	Ruangan di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda terasa sejuk					
17	Pajangan barang di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda tertata rapih					
18	Suhu udara di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda terasa nyaman					
19	Pajangan barang di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda berantakan					
20	Aroma ruangan <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda tidak sedap sehingga membuat saya ingin cepat-cepat keluar					

21	Ruangan <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda memiliki aroma yang khas					
22	Ruangan di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda terasa panas.					
23	Pegangan pintu masuk <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda rusak					
24	Pelayan toko <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda mengenakan seragam dengan atribut lengkap					
25	Pelayan toko <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda mengenakan seragam dengan atribut yang kurang lengkap					

### KUESIONER UJICOBAB

Responden yang terhormat,

Saya mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, memohon kesediaan Anda untuk ikut berpartisipasi dalam penelitian saya yang berjudul “Hubungan antara Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta”. Untuk itu, saya sangat mengharapkan kerja sama Anda untuk memberikan jawaban atas pernyataan – pernyataan di dalam kuesioner ini. Informasi yang diperoleh nantinya akan diolah dan dipergunakan semata – mata hanya untuk kepentingan akademis.

#### I. PETUNJUK PENGISIAN

Saudara/I dimohon untuk mengisi kuesioner ini sesuai petunjuk yang kami berikan. Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom pernyataan (yang paling sesuai dengan kondisi Anda), dengan ketentuan :

Sangat Tidak Setuju	: (STS)	Setuju	: (S)
Tidak Setuju	: (TS)	Sangat Setuju	: (SS)
Ragu – ragu	: (RR)		

#### II. IDENTITAS RESPONDEN

NAMA RESPONDEN : .....

NO. TELEPON : .....

#### III. DAFTAR PERNYATAAN

##### 3. VARIABEL KUALITAS PELAYAN (X2)

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Pramuniaga di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda memberikan pelayanan yang baik					
2	Saya diperlakukan sama seperti pelanggan lain oleh pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					



3	Pelayanan yang diberikan <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda sesuai dengan harapan saya					
4	Pramuniaga di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda memberikan pelayanan yang buruk					
5	Saya diperlakukan beda dari pelanggan lain oleh pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					
6	Saya diperlakukan dengan baik ketika membeli produk di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					
7	Saya tidak diperlakukan dengan baik ketika membeli produk di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					
8	Saya dilayani dengan sopan oleh pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					
9	Pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda ramah terhadap saya					
10	Pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda memberikan informasi yang benar mengenai produk yang saya beli					
11	Pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda memberikan informasi yang salah mengenai produk yang saya beli					
12	Pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda berinisiatif menanyakan produk yang ingin saya beli					
13	Pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda bersikap acuh terhadap saya					
14	Pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda menyapa saya ketika saya masuk ke dalam toko					
15	Pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda menawarkan bantuan kepada saya					

16	Saya melihat pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda berpenampilan rapih					
17	Saya melihat penampilan pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda berantakan					
18	Saya melihat penampilan pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda penampilannya bersih					
19	Lemari pendingin di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda kurang berfungsi dengan baik					
20	Lemari pendingin di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda berfungsi dengan baik					
21	Mesin pembuat jus di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda berfungsi dengan baik					
22	Mesin kasir yang digunakan di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda cepat dalam memproses pembayaran					
23	Mesin Kasir yang digunakan di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda lama dalam memproses pembayaran					
24	Pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda ramah dalam menanggapi keluhan saya					
25	Saya dibantu oleh pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda ketika saya sulit membawa produk yang saya beli					

SKOR UJI COBA INSTRUMEN  
VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)

No. Resp.	Butir Pernyataan																								X <sub>i</sub>	X <sub>i</sub> <sup>2</sup>
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24		
1	4	4	4	2	4	2	4	3	2	2	3	3	3	4	2	2	2	3	4	3	3	3	4	2	5184	
2	2	4	2	3	4	4	4	5	4	2	2	2	4	2	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	6561	
3	2	4	4	3	4	2	2	2	1	2	2	2	2	4	2	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4761	
4	3	2	3	3	4	4	3	2	4	2	2	3	3	2	2	4	4	2	3	3	3	3	4	2	4900	
5	4	4	4	3	5	4	2	2	3	2	2	4	5	4	3	4	5	3	3	3	4	4	4	4	85	7225
6	4	4	4	2	5	3	4	3	3	3	4	4	2	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	5	86	7396
7	2	3	3	3	4	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	5	4	3	3	3	3	4	5	4	72	5184
8	3	5	3	4	4	4	2	1	5	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	50	2500
9	4	5	4	4	5	4	4	5	5	1	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	1	99	9801
10	3	4	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	4	4	2	3	3	2	3	5	5	69	4761
11	5	5	4	2	5	2	4	2	2	2	2	3	3	2	2	5	5	3	2	5	5	5	2	3	80	6400
12	5	5	2	2	5	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	5	5	3	2	5	5	5	4	78	6084
13	2	2	2	4	4	2	2	4	3	1	2	3	3	2	2	4	4	3	3	3	3	4	5	3	70	4900
14	2	2	2	4	4	2	2	4	3	1	2	3	3	2	2	4	2	3	3	3	3	4	1	3	64	4096
15	4	4	1	3	4	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	5	5	4	4	4	3	2	4	2	78	6084
16	4	5	4	4	3	4	2	5	4	5	4	1	3	5	4	4	2	1	3	5	5	4	4	2	87	7569
17	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	108	11664
18	5	5	5	3	4	4	5	1	2	1	3	4	5	1	4	5	5	3	5	5	3	4	4	4	90	8100
19	1	5	3	4	4	4	3	5	1	5	5	4	5	5	5	4	3	5	1	1	5	3	5	5	91	8281
20	4	5	3	4	4	4	5	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	3	94	8836
21	4	4	4	4	1	4	4	3	4	3	2	2	1	2	3	3	5	3	5	4	4	3	5	4	81	6561
22	4	2	3	4	5	4	3	4	2	3	4	4	3	2	3	4	4	4	2	4	4	3	4	4	83	6889
23	4	5	5	5	5	3	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	1	3	3	5	5	102	10404
24	4	5	5	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	2	97	9409	
25	4	5	4	4	5	2	4	4	4	1	3	4	4	4	4	4	3	1	4	4	3	3	5	4	87	7569
26	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	116	13456
27	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	1	102	10404
28	4	4	3	5	5	5	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	2	5	4	4	1	5	101	10201
29	4	5	4	3	2	3	4	2	5	2	2	3	3	2	5	4	4	4	2	2	3	3	4	2	77	5929
30	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	2	108	11664
ΣX <sub>i</sub>	107	124	106	106	126	102	103	99	104	81	93	97	110	96	103	120	117	102	102	103	114	112	120	100	2547	222773
ΣX <sub>i</sub> <sup>2</sup>	411	542	410	400	556	376	389	373	408	271	329	357	438	354	401	508	491	392	388	399	464	444	522	386		

**PERHITUNGAN ANALISIS BUTIR  
VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)**

Beserta contoh perhitungan untuk butir 1

1. Kolom  $SX_i$  = Jumlah butir ke satu  

$$SX_i = 4 + 4 + 4 + 2 + \dots + 3$$

$$= 107$$
2. Kolom  $SX_t$  = Jumlah total butir dari setiap responden  

$$SX_t = 72 + 81 + 69 + 70 + \dots + 108$$

$$= 2547$$
3. Kolom  $SX_t^2$   

$$SX_t^2 = 98^2 + 106^2 + 106^2 + 110^2 + \dots + 88^2$$

$$= 222773$$
4. Kolom  $SX_i^2$   

$$SX_i^2 = 4^2 + 4^2 + 4^2 + 4^2 + \dots + 4^2$$

$$= 411$$
5. Kolom  $SX_i \cdot X_t$   

$$SX_i \cdot X_t = 392 + 424 + 424 + 440 + \dots + 352$$

$$= 9262$$
6. Kolom  $Sx_i^2$   

$$Sx_i^2 = SX_i^2 - \frac{(SX_i)^2}{n}$$

$$= 411 - \frac{107^2}{30}$$

$$= 29,367$$
7. Kolom  $Sx_i \cdot x_t$   

$$Sx_i \cdot x_t = SX_i \cdot X_t - \frac{(SX_i)(SX_t)}{n}$$

$$= 9262 - \frac{107 \times 2547}{30}$$

$$= 177,70$$
8. Kolom  $Sx_t^2$   

$$Sx_t^2 = SX_t^2 - \frac{(SX_t)^2}{n}$$

$$= 222773 - \frac{2547^2}{30}$$

$$= 6532,70$$
9. Kolom  $r_{hitung}$   

$$r_{hitung} = \frac{Sx_i \cdot x_t}{\sqrt{(Sx_i^2)(Sx_t^2)}}$$

$$= \frac{177,700}{\sqrt{29,367 \times 6532,700}} = \mathbf{0,406}$$

**DATA PERHITUNGAN VALIDITAS  
VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)**

No. Butir	$\sum X_i$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i \cdot X_t$	$\sum x_i^2$	$\sum x_i \cdot x_t$	$\sum x_t^2$	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimp.
1	107	411	9262	29,37	177,70	6532,7	0,406	0,361	VALID
2	124	542	10690	29,47	162,40	6532,7	0,370	0,361	VALID
3	106	410	9290	35,47	290,60	6532,7	0,604	0,361	VALID
4	106	400	9215	25,47	215,60	6532,7	0,529	0,361	VALID
5	126	556	10859	26,80	161,60	6532,7	0,386	0,361	VALID
6	102	376	8898	29,20	238,20	6532,7	0,545	0,361	VALID
7	103	389	9074	35,37	329,30	6532,7	0,685	0,361	VALID
8	99	373	8722	46,30	316,90	6532,7	0,576	0,361	VALID
9	104	408	9061	47,47	231,40	6532,7	0,416	0,361	VALID
10	81	271	7276	52,30	399,10	6532,7	0,683	0,361	VALID
11	93	329	8319	40,70	423,30	6532,7	0,821	0,361	VALID
12	97	357	8582	43,37	346,70	6532,7	0,651	0,361	VALID
13	110	438	9577	34,67	238,00	6532,7	0,500	0,361	VALID
14	96	354	8507	46,80	356,60	6532,7	0,645	0,361	VALID
15	103	401	9225	47,37	480,30	6532,7	0,863	0,361	VALID
16	120	508	10417	28,00	229,00	6532,7	0,535	0,361	VALID
17	117	491	10153	34,70	219,70	6532,7	0,461	0,361	VALID
18	102	392	9010	45,20	350,20	6532,7	0,644	0,361	VALID
19	102	388	8949	41,20	289,20	6532,7	0,557	0,361	VALID
20	103	399	9014	45,37	269,30	6532,7	0,495	0,361	VALID
21	114	464	9973	30,80	294,40	6532,7	0,656	0,361	VALID
22	112	444	9728	25,87	219,20	6532,7	0,533	0,361	VALID
23	120	522	10350	42,00	162,00	6532,7	0,309	0,361	<b>DROP</b>
24	100	386	8622	52,67	132,00	6532,7	0,225	0,361	<b>DROP</b>

PERHITUNGAN KEMBALI DATA UJI COBA SETELAH VALIDITAS  
VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)

No. Resp.	Butir Pernyataan																				Xi	Xi²		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20			21	22
1	4	4	4	2	4	2	4	3	2	2	3	3	3	4	2	2	2	3	4	3	3	3	66	4356
2	2	4	2	3	4	4	4	5	4	2	2	2	4	2	4	4	4	3	4	2	4	4	73	5329
3	2	4	4	3	4	2	2	2	1	2	2	2	2	4	2	4	4	2	2	2	3	4	61	3721
4	3	2	3	3	4	4	3	2	4	2	2	3	3	2	2	4	4	2	3	3	3	3	64	4096
5	4	4	4	3	5	4	2	2	3	2	2	4	5	4	3	4	5	3	3	3	4	4	77	5929
6	4	4	4	2	5	3	4	3	3	3	4	4	2	4	4	3	3	3	4	3	4	4	77	5929
7	2	3	3	3	4	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	5	4	3	3	3	3	4	63	3969
8	3	5	3	4	4	4	2	1	5	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	48	2304
9	4	5	4	4	5	4	4	5	5	1	5	1	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	93	8649
10	3	4	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	4	4	2	3	3	2	3	59	3481
11	5	5	4	2	5	2	4	2	2	2	2	3	3	2	2	5	5	3	2	5	5	5	75	5625
12	5	5	2	2	5	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	5	5	3	2	5	5	69	4761
13	2	2	2	4	4	2	2	4	3	1	2	3	3	2	2	4	4	3	3	3	3	4	62	3844
14	2	2	2	4	4	2	2	4	3	1	2	3	2	2	2	4	2	3	3	3	3	4	60	3600
15	4	4	1	3	4	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	5	5	4	4	4	3	2	72	5184
16	4	5	4	4	3	4	2	5	4	5	4	1	3	5	4	4	2	1	3	5	5	4	81	6561
17	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	99	9801
18	5	5	5	3	4	4	5	1	2	1	3	4	5	1	4	5	5	3	5	5	3	4	82	6724
19	1	5	3	4	4	4	3	5	1	5	5	4	5	5	5	4	3	5	1	1	5	3	81	6561
20	4	5	3	4	4	4	5	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	87	7569
21	4	4	4	4	1	4	4	3	4	3	2	2	1	2	3	3	5	3	5	4	4	3	72	5184
22	4	2	3	4	5	4	3	4	2	3	4	4	3	2	3	4	4	4	2	4	4	4	75	5625
23	4	5	5	5	5	3	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	1	3	3	92	8464
24	4	5	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	91	8281
25	4	5	4	4	5	2	4	4	4	1	3	4	4	4	4	4	3	1	4	4	3	3	78	6084
26	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	106	11236
27	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	96	9216
28	4	4	3	5	5	5	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	2	5	4	4	95	9025
29	4	5	4	3	2	3	4	2	5	2	2	3	3	2	5	4	4	4	2	2	3	3	71	5041
30	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	102	10404
? Xi	107	124	106	106	126	102	103	99	104	81	93	97	110	96	103	120	117	102	102	103	114	112	2327	186553
? Xi²	411	542	410	400	556	376	389	373	408	271	329	357	438	354	401	508	491	392	388	399	464	444		

**DATA PERHITUNGAN VALIDITAS  
VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)**

<b>No. Butir</b>	$\sum X_i$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i \cdot X_t$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i \cdot X_t$	$\sum X_t^2$	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	<b>Kesimp.</b>
1	107	411	8482	29,37	182,37	6055,4	0,432	0,361	<b>VALID</b>
2	124	542	9777	29,47	158,73	6055,4	0,376	0,361	<b>VALID</b>
3	106	410	8505	35,47	282,93	6055,4	0,611	0,361	<b>VALID</b>
4	106	400	8441	25,47	218,93	6055,4	0,558	0,361	<b>VALID</b>
5	126	556	9936	26,80	162,60	6055,4	0,404	0,361	<b>VALID</b>
6	102	376	8153	29,20	241,20	6055,4	0,574	0,361	<b>VALID</b>
7	103	389	8308	35,37	318,63	6055,4	0,689	0,361	<b>VALID</b>
8	99	373	7979	46,30	299,90	6055,4	0,566	0,361	<b>VALID</b>
9	104	408	8312	47,47	245,07	6055,4	0,457	0,361	<b>VALID</b>
10	81	271	6664	52,30	381,10	6055,4	0,677	0,361	<b>VALID</b>
11	93	329	7626	40,70	412,30	6055,4	0,831	0,361	<b>VALID</b>
12	97	357	7848	43,37	324,03	6055,4	0,632	0,361	<b>VALID</b>
13	110	438	8772	34,67	239,67	6055,4	0,523	0,361	<b>VALID</b>
14	96	354	7787	46,80	340,60	6055,4	0,640	0,361	<b>VALID</b>
15	103	401	8453	47,37	463,63	6055,4	0,866	0,361	<b>VALID</b>
16	120	508	9525	28,00	217,00	6055,4	0,527	0,361	<b>VALID</b>
17	117	491	9269	34,70	193,70	6055,4	0,423	0,361	<b>VALID</b>
18	102	392	8250	45,20	338,20	6055,4	0,646	0,361	<b>VALID</b>
19	102	388	8179	41,20	267,20	6055,4	0,535	0,361	<b>VALID</b>
20	103	399	8264	45,37	274,63	6055,4	0,524	0,361	<b>VALID</b>
21	114	464	9126	30,80	283,40	6055,4	0,656	0,361	<b>VALID</b>
22	112	444	8897	25,87	209,53	6055,4	0,529	0,361	<b>VALID</b>

**PERHITUNGAN VARIANS BUTIR, VARIANS TOTAL DAN UJI RELIABILITAS  
VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)**

No.	Varians
1	0,98
2	0,98
3	1,18
4	0,85
5	0,89
6	0,97
7	1,18
8	1,54
9	1,58
10	1,74
11	1,36
12	1,45
13	1,16
14	1,56
15	1,58
16	0,93
17	1,16
18	1,51
19	1,37
20	1,51
21	1,03
22	0,86
$\Sigma Si^2$	<b>27,37</b>

1. Menghitung Varians tiap butir dengan rumus (Contoh No.1)

$$Si^2 = \frac{\Sigma Xi^2 - \frac{(\Sigma Xi)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{411 - \frac{107^2}{30}}{30} = 0,98$$

2. Menghitung varians total

$$St^2 = \frac{\Sigma Xt^2 - \frac{(\Sigma Xt)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{186553 - \frac{2327^2}{30}}{30} = 201,85$$

3. Menghitung Reliabilitas

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\Sigma si^2}{st^2} \right)$$

$$= \frac{22}{21} \left( 1 - \frac{27,37}{201,85} \right)$$

$$= 0,90554$$

**Kesimpulan**

Dari perhitungan di atas menunjukkan bahwa  $r_{ii}$  0,90554 termasuk dalam kategori (0,800 - 1,000). Maka instrumen memiliki **reliabilitas yang sangat tinggi**



SKOR UJI COBA INSTRUMEN  
VARIABEL X1 (SUASANA TOKO)

No. Resp.	Butir Pernyataan																									X <sub>i</sub>	X <sub>i</sub> <sup>2</sup>
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25		
1	3	3	4	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	86	7396
2	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	101	10201
3	3	2	4	2	2	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	88	7744	
4	3	2	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	2	4	2	3	3	3	3	4	76	5776
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	111	12321
6	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	97	9409
7	4	3	4	4	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	81	6561
8	5	5	5	5	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	4	4	89	7921
9	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	95	9025
10	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	88	7744
11	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	108	11664
12	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	108	11664
13	4	4	4	4	4	2	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	92	8464
14	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	97	9409
15	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	5	5	5	4	105	11025
16	5	5	5	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	80	6400
17	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	97	9409
18	5	5	5	5	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	4	4	89	7921
19	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	88	7744
20	3	3	4	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	86	7396
21	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	108	11664
22	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	105	11025
23	4	4	4	4	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	5	5	5	4	104	10816
24	4	3	4	4	2	3	3	4	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	2	2	3	3	4	4	4	81	6561
25	4	4	1	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	91	8281
26	3	2	4	2	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	88	7744
27	5	5	5	5	3	3	2	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	2	4	4	91	8281
28	4	3	4	4	2	3	3	4	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	82	6724
29	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	3	4	4	93	8649
30	3	4	4	2	3	3	3	2	3	3	2	3	1	1	2	3	2	2	4	2	2	3	3	1	4	65	4225
ΣX <sub>i</sub>	122	113	124	113	94	97	101	111	118	111	113	112	120	118	119	111	105	112	102	101	104	109	104	119	117	2770	259164
ΣX <sub>i</sub> <sup>2</sup>	512	447	532	455	314	327	359	427	482	423	437	430	494	482	485	423	379	434	362	359	372	407	382	487	465		

**PERHITUNGAN ANALISIS BUTIR  
VARIABEL X1 (SUASANA TOKO)**

Beserta contoh perhitungan untuk butir 1

1. Kolom  $\Sigma X_i$  = Jumlah butir ke satu  

$$\begin{aligned}\Sigma X_i &= 4 + 4 + 5 + 4 + \dots + 4 \\ &= 122\end{aligned}$$
2. Kolom  $\Sigma X_t$  = Jumlah total butir dari setiap responden  

$$\begin{aligned}\Sigma X_t &= 96 + 91 + 98 + 98 + \dots + 80 \\ &= 2770\end{aligned}$$
3. Kolom  $\Sigma X_t^2$   

$$\begin{aligned}\Sigma X_t^2 &= 96^2 + 91^2 + 98^2 + 98^2 + \dots + 80^2 \\ &= 259164\end{aligned}$$
4. Kolom  $\Sigma X_i^2$   

$$\begin{aligned}\Sigma X_i^2 &= 4^2 + 4^2 + 5^2 + 4^2 + \dots + 4^2 \\ &= 512\end{aligned}$$
5. Kolom  $\Sigma X_i \cdot X_t$   

$$\begin{aligned}\Sigma X_i \cdot X_t &= 384 + 364 + 490 + 392 + \dots + 320 \\ &= 11379\end{aligned}$$
6. Kolom  $\Sigma x_i^2$   

$$\begin{aligned}\Sigma x_i^2 &= \Sigma X_i^2 - \frac{(\Sigma X_i)^2}{n} \\ &= 512 - \frac{122^2}{30} \\ &= 15,867\end{aligned}$$
7. Kolom  $\Sigma x_i \cdot x_t$   

$$\begin{aligned}\Sigma x_i \cdot x_t &= \Sigma X_i \cdot X_t - \frac{(\Sigma X_i)(\Sigma X_t)}{n} \\ &= 11379 - \frac{122 \times 2770}{30} \\ &= 114,33\end{aligned}$$
8. Kolom  $\Sigma x_t^2$   

$$\begin{aligned}\Sigma x_t^2 &= \Sigma X_t^2 - \frac{(\Sigma X_t)^2}{n} \\ &= 259164 - \frac{2770^2}{30} \\ &= 3400,67\end{aligned}$$
9. Kolom  $r_{hitung}$   

$$r_{hitung} = \frac{\Sigma x_i \cdot x_t}{\sqrt{(\Sigma x_i^2)(\Sigma x_t^2)}}$$

$$= \frac{114,333}{\sqrt{15,867 \times 3400,667}} = 0,492$$

**DATA PERHITUNGAN VALIDITAS  
VARIABEL X1 (SUASANA TOKO)**

No. Butir	$\sum X_i$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i \cdot X_t$	$\sum x_i^2$	$\sum x_i \cdot x_t$	$\sum x_t^2$	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimp.
1	122	512	11379	15,87	114,33	3400,7	0,492	0,361	VALID
2	113	447	10519	21,37	85,33	3400,7	0,317	0,361	<b>DROP</b>
3	124	532	11520	19,47	70,67	3400,7	0,275	0,361	<b>DROP</b>
4	113	455	10636	29,37	202,33	3400,7	0,640	0,361	VALID
5	94	314	8840	19,47	160,67	3400,7	0,624	0,361	VALID
6	97	327	9085	13,37	128,67	3400,7	0,603	0,361	VALID
7	101	359	9453	18,97	127,33	3400,7	0,501	0,361	VALID
8	111	427	10370	16,30	121,00	3400,7	0,514	0,361	VALID
9	118	482	11065	17,87	169,67	3400,7	0,688	0,361	VALID
10	111	423	10398	12,30	149,00	3400,7	0,729	0,361	VALID
11	113	437	10583	11,37	149,33	3400,7	0,760	0,361	VALID
12	112	430	10490	11,87	148,67	3400,7	0,740	0,361	VALID
13	120	494	11234	14,00	154,00	3400,7	0,706	0,361	VALID
14	118	482	11101	17,87	205,67	3400,7	0,834	0,361	VALID
15	119	485	11148	12,97	160,33	3400,7	0,764	0,361	VALID
16	111	423	10371	12,30	122,00	3400,7	0,597	0,361	VALID
17	105	379	9829	11,50	134,00	3400,7	0,678	0,361	VALID
18	112	434	10525	15,87	183,67	3400,7	0,791	0,361	VALID
19	102	362	9485	15,20	67,00	3400,7	0,295	0,361	<b>DROP</b>
20	101	359	9505	18,97	179,33	3400,7	0,706	0,361	VALID
21	104	372	9718	11,47	115,33	3400,7	0,584	0,361	VALID
22	109	407	10189	10,97	124,67	3400,7	0,646	0,361	VALID
23	104	382	9732	21,47	129,33	3400,7	0,479	0,361	VALID
24	119	487	11150	14,97	162,33	3400,7	0,720	0,361	VALID
25	117	465	10839	8,70	36,00	3400,667	0,209	0,361	<b>DROP</b>

PERHITUNGAN KEMBALI DATA UJI COBA SETELAH VALIDITAS  
VARIABEL XI (SUASANA TOKO)

No. Resp.	Butir Pernyataan																														X <sub>i</sub>	X <sub>i</sub> <sup>2</sup>
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21											
1	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	72	5184	
2	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	86	7396		
3	3	2	2	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76	5776		
4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62	3844			
5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	92	8464			
6	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	81	6561			
7	4	4	2	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	2	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	67	4489			
8	5	5	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	72	5184			
9	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	79	6241			
10	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	74	5476			
11	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91	8281			
12	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91	8281			
13	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	77	5929			
14	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	81	6561			
15	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	89	7921			
16	5	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63	3969			
17	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	81	6561			
18	5	5	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	2	4	4	3	4	4	72	5184			
19	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	74	5476			
20	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	72	5184			
21	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91	8281			
22	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	90	8100			
23	4	4	3	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	88	7744				
24	4	4	2	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	2	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	68	4624			
25	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	78	6084			
26	3	2	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78	6084			
27	5	5	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	4	3	2	4	4	4	73	5329				
28	4	4	2	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	2	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	68	4624				
29	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	79	6241				
30	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	1	1	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	1	49	2401			
ΣX <sub>i</sub>	122	113	94	97	101	111	118	111	113	112	120	118	119	111	105	112	101	104	109	104	109	104	109	104	109	104	119	2314	181474			
ΣX <sub>i</sub> <sup>2</sup>	512	455	314	327	359	427	482	482	423	430	494	482	485	423	379	434	359	372	407	382	407	382	407	382	407	382	487					

**DATA PERHITUNGAN VALIDITAS  
VARIABEL X1 (SUASANA TOKO)**

No. Butir	$\sum X_i$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i \cdot X_t$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i \cdot X_t$	$\sum X_t^2$	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimp.
1	122	512	9496	15,87	85,73	2987,47	0,3938	0,361	VALID
2	113	455	8888	29,37	171,93	2987,47	0,5805	0,361	VALID
3	94	314	7389	19,47	138,47	2987,47	0,5742	0,361	VALID
4	97	327	7606	13,37	124,07	2987,47	0,6209	0,361	VALID
5	101	359	7918	18,97	127,53	2987,47	0,5358	0,361	VALID
6	111	427	8677	16,30	115,20	2987,47	0,5220	0,361	VALID
7	118	482	9265	17,87	163,27	2987,47	0,7067	0,361	VALID
8	111	423	8700	12,30	138,20	2987,47	0,7209	0,361	VALID
9	113	437	8859	11,37	142,93	2987,47	0,7756	0,361	VALID
10	112	430	8783	11,87	144,07	2987,47	0,7652	0,361	VALID
11	120	494	9409	14,00	153,00	2987,47	0,7481	0,361	VALID
12	118	482	9298	17,87	196,27	2987,47	0,8495	0,361	VALID
13	119	485	9334	12,97	155,13	2987,47	0,7882	0,361	VALID
14	111	423	8676	12,30	114,20	2987,47	0,5957	0,361	VALID
15	105	379	8234	11,50	135,00	2987,47	0,7283	0,361	VALID
16	112	434	8820	15,87	181,07	2987,47	0,8317	0,361	VALID
17	101	359	7965	18,97	174,53	2987,47	0,7332	0,361	VALID
18	104	372	8130	11,47	108,13	2987,47	0,5842	0,361	VALID
19	109	407	8533	10,97	125,47	2987,47	0,6932	0,361	VALID
20	104	382	8155	21,47	133,13	2987,466667	0,5257	0,361	VALID
21	119	487	9339	14,97	160,13	2987,466667	0,7573	0,361	VALID

**PERHITUNGAN VARIANS BUTIR, VARIANS TOTAL DAN UJI RELIABILITAS  
VARIABEL X1 (SUASANA TOKO)**

No.	Varians
1	0,53
2	0,98
3	0,65
4	0,45
5	0,63
6	0,54
7	0,60
8	0,41
9	0,38
10	0,40
11	0,47
12	0,60
13	0,43
14	0,41
15	0,38
16	0,53
17	0,63
18	0,38
19	0,37
20	0,72
21	0,50
$\Sigma Si^2$	<b>10,97</b>

1. Menghitung Varians tiap butir dengan rumus (Contoh No.1)

$$Si^2 = \frac{\Sigma Xi^2 - \frac{(\Sigma Xi)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{512 - \frac{122^2}{30}}{30} = 0,53$$

2. Menghitung varians total

$$St^2 = \frac{\Sigma Xt^2 - \frac{(\Sigma Xt)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{181474 - \frac{2314^2}{30}}{30} = 99,58$$

3. Menghitung Reliabilitas

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\Sigma Si^2}{st^2} \right)$$

$$= \frac{21}{21-1} \left( 1 - \frac{10,97}{99,58} \right)$$

$$= 0,934$$

Kesimpulan

Dari perhitungan di atas menunjukkan bahwa  $r_{ii}$  0,934 termasuk dalam kategori (0,800 - 1,000). Maka instrumen memiliki **reliabilitas yang tinggi**

SKOR UJI COBA INSTRUMEN  
VARIABEL X2 (KUALITAS PELAYANAN)

No. Resp.	Butir Pernyataan																				X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20			21	22	23	24	25
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	95	9025
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	101	10201
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	2	4	4	3	4	4	4	2	91	8281
4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	82	6724
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	106	11236
6	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	95	9025
7	4	3	4	4	2	4	4	3	4	3	3	3	3	2	2	4	4	3	4	2	4	4	2	4	2	81	6561
8	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	84	7056
9	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	84	7056
10	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	91	8281
11	5	4	4	4	2	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	107	11449
12	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	109	11881
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	99	9801
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	98	9604
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	103	10609
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	95	9025
17	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	91	8281
18	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	3	4	4	4	4	106	11236
19	4	4	2	4	2	4	4	3	4	3	3	3	3	2	2	4	4	3	4	2	4	4	2	4	2	80	6400
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	99	9801
21	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	102	10404
22	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	94	8836
23	3	4	2	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	83	6889
24	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	92	8464
25	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	3	4	4	4	4	104	10816
26	3	4	1	4	4	3	2	3	3	3	4	3	2	2	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	78	6084
27	5	4	2	4	2	4	4	5	4	2	5	4	2	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	100	10000
28	2	2	4	4	4	3	4	5	4	1	4	4	4	3	3	2	4	4	5	4	4	4	5	2	4	87	7569
29	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	1	2	4	4	4	2	4	4	4	3	1	5	2	3	82	6724
30	4	2	2	4	4	4	4	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	1	1	5	2	2	64	4096
ΣX <sub>1</sub>	120	117	107	117	106	116	115	111	116	108	108	105	106	103	99	120	119	118	120	119	105	112	114	104	98	2783	261415
ΣX <sub>2</sub>	494	469	411	459	390	460	453	431	460	408	406	385	390	373	349	494	485	480	486	491	381	442	452	374	334		

0,6052 0,6369 0,5473 0,0994 0,1327 0,48762 0,5477 0,76755 0,6818 0,5553 0,4972 0,6728 0,6504 0,7773 0,6333 0,6716 0,6678 0,2508 0,6037 0,4324 0,7514 0,3385 0,6757 0,7536

**PERHITUNGAN ANALISIS BUTIR  
VARIABEL X2 (KUALITAS PELAYANAN)**  
Beserta contoh perhitungan untuk butir 1

1. Kolom  $\Sigma X_i$  = Jumlah butir ke satu  

$$\begin{aligned}\Sigma X_i &= 4 + 4 + 5 + 4 + \dots + 4 \\ &= 120\end{aligned}$$
2. Kolom  $\Sigma X_t$  = Jumlah total butir dari setiap responden  

$$\begin{aligned}\Sigma X_t &= 96 + 91 + 98 + 98 + \dots + 80 \\ &= 2783\end{aligned}$$
3. Kolom  $\Sigma X_t^2$   

$$\begin{aligned}\Sigma X_t^2 &= 96^2 + 91^2 + 98^2 + 98^2 + \dots + 80^2 \\ &= 261415\end{aligned}$$
4. Kolom  $\Sigma X_i^2$   

$$\begin{aligned}\Sigma X_i^2 &= 4^2 + 4^2 + 5^2 + 4^2 + \dots + 4^2 \\ &= 494\end{aligned}$$
5. Kolom  $\Sigma X_i \cdot X_t$   

$$\begin{aligned}\Sigma X_i \cdot X_t &= 384 + 364 + 490 + 392 + \dots + 320 \\ &= 11261\end{aligned}$$
6. Kolom  $\Sigma x_i^2$   

$$\begin{aligned}\Sigma x_i^2 &= \Sigma X_i^2 - \frac{(\Sigma X_i)^2}{n} \\ &= 494 - \frac{120^2}{30} \\ &= 14,000\end{aligned}$$
7. Kolom  $\Sigma x_i \cdot x_t$   

$$\begin{aligned}\Sigma x_i \cdot x_t &= \Sigma X_i \cdot X_t - \frac{(\Sigma X_i)(\Sigma X_t)}{n} \\ &= 11261 - \frac{120 \times 2783}{30} \\ &= 129,00\end{aligned}$$
8. Kolom  $\Sigma x_t^2$   

$$\begin{aligned}\Sigma x_t^2 &= \Sigma X_t^2 - \frac{(\Sigma X_t)^2}{n} \\ &= 261415 - \frac{2783^2}{30} \\ &= 3245,37\end{aligned}$$
9. Kolom  $r_{hitung}$   

$$r_{hitung} = \frac{\Sigma x_i \cdot x_t}{\sqrt{(\Sigma x_i^2)(\Sigma x_t^2)}}$$

$$\sqrt{\frac{129,000}{14,000 \times 3245,367}} = \mathbf{0,605}$$



**DATA PERHITUNGAN VALIDITAS  
VARIABEL X2 (KUALITAS PELAYANAN)**

No. Butir	$\sum X_i$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i \cdot X_t$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i \cdot X_t$	$\sum X_t^2$	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimp.
1	120	494	11261	14,00	129,00	3245,4	0,605	0,361	VALID
2	117	469	10983	12,70	129,30	3245,4	0,637	0,361	VALID
3	107	411	10095	29,37	168,97	3245,4	0,547	0,361	VALID
4	117	459	10863	2,70	9,30	3245,4	0,099	0,361	<b>DROP</b>
5	106	390	9863	15,47	29,73	3245,4	0,133	0,361	<b>DROP</b>
6	116	460	10855	11,47	94,07	3245,4	0,488	0,361	VALID
7	115	453	10777	12,17	108,83	3245,4	0,548	0,361	VALID
8	111	431	10494	20,30	196,90	3245,4	0,767	0,361	VALID
9	116	460	10909	11,47	148,07	3245,4	0,768	0,361	VALID
10	108	408	10189	19,20	170,20	3245,4	0,682	0,361	VALID
11	108	406	10150	17,20	131,20	3245,4	0,555	0,361	VALID
12	105	385	9859	17,50	118,50	3245,4	0,497	0,361	VALID
13	106	390	9984	15,47	150,73	3245,4	0,673	0,361	VALID
14	103	373	9713	19,37	158,03	3245,4	0,630	0,361	VALID
15	99	349	9393	22,30	209,10	3245,4	0,777	0,361	VALID
16	120	494	11267	14,00	135,00	3245,4	0,633	0,361	VALID
17	119	485	11177	12,97	137,77	3245,4	0,672	0,361	VALID
18	118	480	11098	15,87	151,53	3245,4	0,668	0,361	VALID
19	120	486	11167	6,00	35,00	3245,4	0,251	0,361	<b>DROP</b>
20	119	491	11189	18,97	149,77	3245,4	0,604	0,361	VALID
21	105	381	9831	13,50	90,50	3245,4	0,432	0,361	VALID
22	112	442	10599	23,87	209,13	3245,4	0,751	0,361	VALID
23	114	452	10659	18,80	83,60	3245,4	0,338	0,361	<b>DROP</b>
24	104	374	9789	13,47	141,27	3245,4	0,676	0,361	VALID
25	98	334	9251	13,87	159,87	3245,4	0,754	0,361	VALID

PERHITUNGAN KEMBALI DATA UJI COBA SETELAH VALIDITAS VARIABEL X2 (KUALITAS PELAYANAN)

No. Resp.	Butir Pernyataan																				X <sub>i</sub>	X <sub>i</sub> <sup>2</sup>	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20			21
1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	79	6241
2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	85	7225
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	2	4	3	4	4	4	75	5625
4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	70	4900
5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	90	8100
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	81	6561
7	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	2	2	4	4	4	3	2	4	4	4	2	69	4761
8	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	69	4761
9	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	69	4761
10	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	77	5929
11	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	93	8649
12	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	91	8281
13	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83	6889
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	82	6724
15	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	86	7396
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	79	6241
17	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	77	5929
18	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	90	8100
19	4	4	2	4	4	3	4	3	3	3	2	2	4	4	4	3	2	4	4	4	2	68	4624
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83	6889
21	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	86	7396
22	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	78	6084
23	3	4	2	4	3	3	3	3	4	3	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	68	4624
24	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	78	6084
25	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	88	7744
26	3	4	1	3	2	3	3	3	3	4	3	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3	63	3969
27	5	4	2	4	5	5	5	4	2	5	4	2	4	4	4	4	5	5	5	4	4	86	7396
28	2	2	2	3	4	5	4	1	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	2	4	69	4761
29	4	4	4	4	4	2	4	4	3	1	2	4	4	4	2	4	4	3	1	2	3	67	4489
30	4	2	2	4	4	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	4	3	1	2	2	47	2209
ΣX <sub>i</sub>	120	117	107	116	115	111	116	108	108	105	106	103	99	120	119	118	119	105	112	104	98	2326	183342
ΣX <sub>i</sub> <sup>2</sup>	494	469	411	460	453	431	460	408	406	385	390	373	349	494	485	480	491	381	442	374	334		

**DATA PERHITUNGAN VALIDITAS  
VARIABEL X2 (KUALITAS PELAYANAN)**

No. Butir	$\sum X_i$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i \cdot X_t$	$\sum x_i^2$	$\sum x_i \cdot x_t$	$\sum x_t^2$	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimp.
1	120	494	9435	14,00	131,00	2999,47	0,6393	0,361	VALID
2	117	469	9201	12,70	129,60	2999,47	0,6640	0,361	VALID
3	107	411	8462	29,37	165,93	2999,47	0,5591	0,361	VALID
4	116	460	9084	11,47	90,13	2999,47	0,4860	0,361	VALID
5	115	453	9018	12,17	101,67	2999,47	0,5322	0,361	VALID
6	111	431	8794	20,30	187,80	2999,47	0,7611	0,361	VALID
7	116	460	9141	11,47	147,13	2999,47	0,7934	0,361	VALID
8	108	408	8550	19,20	176,40	2999,47	0,7351	0,361	VALID
9	108	406	8500	17,20	126,40	2999,47	0,5565	0,361	VALID
10	105	385	8255	17,50	114,00	2999,47	0,4976	0,361	VALID
11	106	390	8367	15,47	148,47	2999,47	0,6893	0,361	VALID
12	103	373	8129	19,37	143,07	2999,47	0,5936	0,361	VALID
13	99	349	7873	22,30	197,20	2999,47	0,7625	0,361	VALID
14	120	494	9441	14,00	137,00	2999,47	0,6686	0,361	VALID
15	119	485	9360	12,97	133,53	2999,47	0,6771	0,361	VALID
16	118	480	9292	15,87	143,07	2999,47	0,6558	0,361	VALID
17	119	491	9364	18,97	137,53	2999,47	0,5766	0,361	VALID
18	105	381	8229	13,50	88,00	2999,47	0,4373	0,361	VALID
19	112	442	8893	23,87	209,27	2999,47	0,7821	0,361	VALID
20	104	374	8209	13,47	145,53	2999,47	0,7241	0,361	VALID
21	98	334	7745	13,87	146,73	2999,47	0,7195	0,361	VALID

**PERHITUNGAN VARIANS BUTIR, VARIANS TOTAL DAN UJI RELIABILITAS  
VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)**

No.	Varians
1	1,24
2	1,18
3	0,85
4	0,89
5	0,97
6	1,18
7	1,54
8	1,58
9	1,74
10	1,36
11	1,45
12	1,16
13	1,56
14	1,58
15	0,93
16	1,16
17	1,51
18	1,37
19	1,51
20	1,03
21	0,86
$\sum Si^2$	<b>26,65</b>

1. Menghitung Varians tiap butir dengan rumus (Contoh No.1)

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{384 - \frac{102^2}{30}}{30} = 1,24$$

2. Menghitung varians total

$$St^2 = \frac{\sum Xt^2 - \frac{(\sum Xt)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{166898 - \frac{2198^2}{30}}{30} = 195,26$$

3. Menghitung Reliabilitas

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right)$$

$$= \frac{21}{20} \left( 1 - \frac{26,65}{195,26} \right)$$

$$= 0,90667$$

Kesimpulan

Dari perhitungan di atas menunjukkan bahwa  $r_{ii} = 0,90667$  termasuk dalam kategori (0,800 - 1,000). Maka instrumen memiliki **reliabilitas yang tinggi**



2	Saya membeli produk di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda bukan atas keinginan saya sendiri					
3	Teman saya menyarankan kepada saya untuk membeli produk di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					
4	Teman saya melarang saya untuk membeli produk di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					
5	Saya memperoleh informasi tentang <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda dari teman saya					
6	Saya memperoleh informasi dari teman saya tentang toko ritel kecuali <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					
7	Saya mengetahui <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda melalui iklan di televisi					
8	Saya hanya mengetahui iklan toko ritel sejenis di televisi daripada <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					
9	Saya mengetahui <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda diiklankan koran					
10	Saya hanya mengetahui toko ritel selain <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda diiklankan di koran					
11	Saya mengetahui <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda mengeluarkan brosur sebagai sarana iklan					
12	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda tidak mengeluarkan brosur sebagai sarana iklan					
13	Saya mengetahui <i>7-Eleven</i> dari <i>website</i> di internet					
14	Saya hanya mengetahui toko ritel sejenis selain <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda pada <i>website</i> di internet					
15	Saya melihat <i>website</i> <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda di internet					
16	Saya kurang suka membeli produk di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					

17	Saya pernah membeli produk di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					
18	Saya senang membeli produk di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					
19	Saya lebih memilih berbelanja di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda daripada toko ritel sejenis					
20	Saya lebih memilih berbelanja di toko ritel selain <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					
21	Berbelanja di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda lebih menarik dari toko ritel lain					
22	Berbelanja di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda lebih membosankan dari toko ritel lain					





4	Pintu masuk <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda luas					
5	Pintu masuk <i>7-Eleven</i> dilengkapi dengan petunjuk cara membuka pintu ( <i>push &amp; pull</i> )					
6	Pintu masuk <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda tidak dilengkapi petunjuk cara membuka pintu ( <i>push &amp; pull</i> )					
7	Pintu masuk <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda mudah untuk dibuka					
8	Pintu masuk <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda sulit untuk dibuka					
9	Pegangan pintu masuk <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda dalam keadaan baik					
10	Cahaya lampu di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda terang					
11	Pencahayaan di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda memudahkan saya dalam memilih produk					
12	Pencahayaan di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda menyulitkan saya dalam memilih produk					
13	Seluruh toko <i>7-Eleven</i> jalan Pemuda mendapat pencahayaan yang cukup					
14	Ruangan di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda terasa sejuk					
15	Pajangan barang di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda tertata rapih					
16	Suhu udara di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda terasa nyaman					
17	Aroma ruangan <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda tidak sedap sehingga membuat saya ingin cepat-cepat keluar					
18	Ruangan <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda memiliki aroma yang khas					
19	Ruangan di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda terasa panas.					
20	Pegangan pintu masuk <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda rusak					
21	Pelayan toko <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda mengenakan seragam dengan atribut lengkap					

### KUESIONER FINAL

Responden yang terhormat,

Saya mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, memohon kesediaan Anda untuk ikut berpartisipasi dalam penelitian saya yang berjudul “Hubungan antara Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta”. Untuk itu, saya sangat mengharapkan kerja sama Anda untuk memberikan jawaban atas pernyataan – pernyataan di dalam kuesioner ini. Informasi yang diperoleh nantinya akan diolah dan dipergunakan semata – mata hanya untuk kepentingan akademis.

#### I. PETUNJUK PENGISIAN

Saudara/I dimohon untuk mengisi kuesioner ini sesuai petunjuk yang kami berikan. Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom pernyataan (yang paling sesuai dengan kondisi Anda), dengan ketentuan :

Sangat Tidak Setuju	: (STS)	Setuju	: (S)
Tidak Setuju	: (TS)	Sangat Setuju	: (SS)
Ragu – ragu	: (RR)		

#### II. IDENTITAS RESPONDEN

NAMA RESPONDEN : .....

NO. TELEPON : .....

#### III. DAFTAR PERNYATAAN

##### 3. VARIABEL KUALITAS PELAYAN (X2)

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Pramuniaga di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda memberikan pelayanan yang baik					
2	Saya diperlakukan sama seperti pelanggan lain oleh pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					
3	Pelayanan yang diberikan <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda sesuai dengan harapan saya					

4	Saya diperlakukan dengan baik ketika membeli produk di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					
5	Saya tidak diperlakukan dengan baik ketika membeli produk di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					
6	Saya dilayani dengan sopan oleh pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda					
7	Pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda ramah terhadap saya					
8	Pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda memberikan informasi yang benar mengenai produk yang saya beli					
9	Pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda memberikan informasi yang salah mengenai produk yang saya beli					
10	Pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda berinisiatif menanyakan produk yang ingin saya beli					
11	Pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda bersikap acuh terhadap saya					
12	Pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda menyapa saya ketika saya masuk ke dalam toko					
13	Pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda menawarkan bantuan kepada saya					
14	Saya melihat pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda berpenampilan rapi					
15	Saya melihat penampilan pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda berantakan					
16	Saya melihat penampilan pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda penampilannya bersih					

17	Lemari pendingin di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda berfungsi dengan baik					
18	Mesin pembuat jus di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda berfungsi dengan baik					
19	Mesin kasir yang digunakan di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda cepat dalam memproses pembayaran					
20	Pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda ramah dalam menanggapi keluhan saya					
21	Saya dibantu oleh pramuniaga <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda ketika saya sulit membawa produk yang saya beli					

DATA MENTAH VARIABEL Y  
KEPUTUSAN PEMBELIAN

No. Resp.	No. Item																				y <sub>1</sub>	y <sub>2</sub>		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20			21	22
1	5	5	4	4	5	4	3	4	2	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	5	4	4	84	7056
2	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	89	7921
3	5	3	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4	3	4	93	8649
4	5	4	3	4	5	3	3	2	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	2	3	3	2	71	5041
5	4	4	5	4	3	2	3	4	3	5	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	80	6400
6	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	83	6889
7	5	4	3	4	3	3	3	2	3	3	2	4	2	3	3	1	3	4	2	3	4	3	67	4489
8	5	4	3	3	3	3	3	2	4	4	3	4	2	3	4	3	4	4	3	4	3	2	73	5329
9	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	89	7921
10	5	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	81	6561
11	4	5	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	2	3	4	4	80	6400
12	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4	83	6889
13	2	3	2	3	3	4	2	4	4	2	4	4	2	4	3	4	4	3	4	3	3	4	71	5041
14	5	4	4	4	4	2	5	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	88	7744
15	4	4	3	4	4	4	5	3	5	4	3	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5	89	7921
16	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	89	7921
17	3	4	2	4	4	2	2	4	3	4	4	1	2	4	4	3	3	4	3	3	4	4	71	5041
18	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	90	8100
19	4	3	4	3	4	4	3	2	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	4	2	71	5041
20	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	5	5	3	5	4	96	9216
21	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	90	8100
22	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	76	5776
23	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	90	8100
24	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	76	5776
25	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	87	7569
26	5	3	4	3	4	4	2	4	2	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	76	5776
27	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	86	7396
28	5	4	3	4	3	4	2	3	3	3	4	2	1	4	4	2	4	4	2	3	4	3	71	5041
29	4	4	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	82	6724
30	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	3	4	89	7921
31	5	5	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	87	7569
32	5	4	3	3	4	3	4	2	3	4	3	2	3	3	4	4	2	4	3	4	4	4	75	5625
33	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	97	9409
34	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	3	4	2	4	3	3	2	4	82	6724
35	4	3	4	4	3	4	3	3	3	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	81	6561
36	4	4	3	3	3	4	3	2	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	2	4	5	4	76	5776
37	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	2	4	3	4	3	2	4	3	4	3	75	5625
38	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	101	10201
39	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	4	4	4	3	4	4	81	6561





DATA MENTAH VARIABEL XI  
SUASANA TOKO

No. Resp.	No. Item																				X <sub>i</sub>	X <sub>i</sub> <sup>2</sup>	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20			21
1	5	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	5	4	2	84	7056
2	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	2	4	5	4	4	3	5	4	87	7569
3	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	3	5	5	5	4	93	8649
4	3	4	4	2	3	2	3	4	4	3	2	4	2	2	3	2	3	3	2	3	3	59	3481
5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	79	6241
6	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	83	6889
7	3	4	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	4	4	2	3	4	3	4	4	70	4900
8	3	4	2	4	3	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	5	4	79	6241
9	4	4	3	5	4	3	3	4	2	4	3	4	4	2	4	3	4	2	4	4	4	74	5476
10	4	4	4	5	4	4	3	5	4	2	4	3	4	5	4	4	4	2	2	3	3	77	5929
11	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	5	4	78	6084
12	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	83	6889
13	2	3	4	5	4	3	3	2	3	3	2	2	4	4	3	3	4	3	4	4	3	68	4624
14	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	77	5929
15	4	4	5	2	4	2	4	2	2	4	2	3	2	4	2	2	3	4	2	4	3	64	4096
16	5	3	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	87	7569
17	4	2	4	2	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	4	65	4225
18	4	4	3	2	3	2	3	4	3	3	4	2	4	2	4	4	4	3	4	3	4	70	4900
19	4	4	3	3	3	4	2	3	3	2	4	3	2	4	3	4	4	2	3	4	4	68	4624
20	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	94	8836
21	4	4	4	4	2	5	2	4	3	5	2	3	4	3	3	3	4	2	3	4	3	71	5041
22	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	3	3	3	4	4	3	3	4	5	4	83	6889
23	4	3	4	2	3	4	5	3	4	4	3	2	5	4	3	3	4	2	4	2	4	72	5184
24	4	4	2	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	2	3	73	5329
25	3	4	4	3	3	3	2	4	2	4	3	3	4	3	2	4	2	4	4	4	4	69	4761
26	4	5	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	2	3	3	4	4	4	75	5625
27	4	4	4	4	5	4	4	1	4	1	2	3	4	3	4	4	2	4	2	4	4	71	5041
28	5	5	3	4	2	4	4	2	1	2	3	4	4	4	1	3	3	4	3	3	4	68	4624
29	4	4	3	4	3	3	3	1	2	4	3	1	3	4	2	3	3	3	1	4	5	63	3969
30	4	4	4	4	2	4	4	2	4	3	3	4	2	3	4	4	4	3	2	4	4	72	5184
31	4	4	5	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	78	6084
32	3	4	5	3	4	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	5	4	72	5184
33	5	4	4	5	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	88	7744
34	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	77	5929
35	4	4	3	4	3	3	3	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	5	2	4	67	4489
36	5	4	5	4	3	3	2	4	3	4	3	2	4	2	3	4	4	5	4	4	4	76	5776
37	3	5	4	4	3	4	3	2	4	2	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	5	73	5329
38	5	4	5	5	4	3	3	5	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5	5	4	5	87	7569
39	4	4	4	3	3	2	2	4	3	2	2	4	4	2	2	3	4	3	4	4	4	67	4489



40	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	3	1	3	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	67	4489
41	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	93	8649
42	3	3	4	4	3	4	2	2	2	2	3	3	2	1	4	3	4	4	2	4	3	4	4	4	4	65	4225	
43	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	93	8649	
44	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	2	4	4	77	5929	
45	3	4	3	4	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	66	4356	
46	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	5	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	81	6561	
47	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	7744	
48	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	68	4624	
49	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	85	7225	
50	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	79	6241	
51	4	4	3	4	3	3	3	4	4	1	4	2	2	4	4	3	1	3	3	3	4	3	2	4	4	67	4489	
52	4	4	4	3	2	2	4	3	1	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	4	3	4	4	2	2	66	4356	
53	5	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	5	3	5	4	3	4	2	5	2	5	2	2	5	81	6561	
54	5	4	4	4	3	4	2	2	5	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	3	5	4	77	5929	
55	5	4	4	5	5	3	4	3	4	4	5	4	4	3	5	4	5	3	5	4	4	4	5	4	3	88	7744	
56	5	4	4	5	3	4	2	4	5	4	4	2	4	4	5	2	4	1	5	2	3	3	2	4	4	74	5476	
57	4	3	4	2	2	2	3	1	3	1	3	4	1	4	4	4	4	4	2	4	2	4	2	4	2	63	3969	
58	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	5	3	3	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	81	6561	
59	4	5	4	4	4	5	2	2	4	2	3	3	3	3	3	4	3	5	4	4	5	3	3	3	5	76	5776	
60	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	86	7396	
61	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	2	4	4	2	4	4	4	3	82	6724	
62	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	1	3	3	2	4	1	1	4	1	3	1	4	4	4	4	62	3844	
63	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	89	7921	
64	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3	5	5	83	6889	
65	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	84	7056	
66	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	81	6561	
67	5	5	4	4	4	3	3	3	2	3	2	3	4	3	2	5	4	3	4	3	5	2	4	4	4	75	5625	
68	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	78	6084	
69	4	5	4	4	4	5	5	4	3	4	3	5	3	4	3	3	4	3	5	3	4	3	4	3	4	82	6724	
70	4	4	3	4	4	3	4	3	2	3	2	3	4	4	2	3	4	4	2	3	2	3	3	4	4	69	4761	
71	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	96	9216	
72	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	5	4	3	4	3	4	5	4	4	82	6724	
73	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	98	9604	
74	4	4	3	2	4	3	1	3	4	4	4	4	3	5	4	4	5	5	5	3	5	4	4	4	4	80	6400	
75	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	96	9216	
76	4	4	4	4	2	4	2	1	4	1	4	1	5	4	2	4	4	1	4	4	1	4	3	4	4	66	4356	
77	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	2	4	4	1	3	2	4	3	4	4	4	4	68	4624	
78	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	82	6724	

79	4	5	4	4	5	4	4	5	3	2	5	4	2	5	2	5	4	4	5	4	4	5	3	5	4	5	86	7396
80	5	5	4	4	4	3	3	5	4	3	4	2	2	4	2	4	3	3	2	3	3	2	3	4	5	4	77	5929
81	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	88	7744
82	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	85	7225
83	4	4	5	4	4	5	2	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	79	6241
84	4	5	4	5	2	4	2	4	4	4	3	4	4	3	2	3	5	2	3	5	2	3	5	2	5	73	5329	
85	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	93	8649	
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	7744
87	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	73	5329
88	4	5	4	4	5	4	4	3	3	3	3	4	4	5	2	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	84	7056	
89	3	5	3	3	5	4	5	3	5	3	5	4	3	4	4	2	4	3	5	5	4	3	5	4	4	4	82	6724
90	4	5	4	5	5	4	3	4	3	4	5	4	3	2	4	2	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	78	6084
91	4	5	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78	6084
92	4	4	3	4	2	4	2	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73	5329
93	5	3	5	5	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	5	2	4	4	5	3	4	5	3	4	4	81	6561	
94	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	2	5	2	5	4	3	4	4	3	4	4	4	81	6561	
95	5	3	4	3	4	3	3	2	5	3	2	5	3	4	2	3	3	3	3	4	2	3	4	4	3	69	4761	
96	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	93	8649	
97	5	4	4	5	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	78	6084
98	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	98	9604	
99	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83	6889
100	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	89	7921
101	4	3	3	4	3	1	4	3	4	3	2	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	63	3969
102	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91	8281
103	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	3	5	2	5	3	5	2	4	3	5	2	4	3	5	3	4	84	7056
104	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	93	8649
105	4	4	4	3	4	3	3	2	4	3	3	4	3	3	4	5	5	4	5	3	4	5	3	4	4	5	78	6084
106	5	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	3	5	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	79	6241
107	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	3	4	4	3	5	3	3	5	3	3	5	4	5	4	85	7225
108	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	2	4	5	2	4	4	4	4	75	5625
109	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	2	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	93	8649
110	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	1	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	75	5625
111	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	1	2	3	1	1	4	3	5	2	5	2	5	4	4	4	4	65	4225
112	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	1	2	1	2	2	4	4	71	5041
113	4	4	3	3	2	4	3	2	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	73	5329
Σ	463	458	446	443	422	422	400	406	396	411	403	411	403	403	403	407	422	411	413	430	408	434	448	8849	702341			

**DATA MENTAH VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN) DAN  
VARIABEL X1 (SUASANA TOKO)**

<b>No.</b>	<b>VARIABEL X</b>	<b>VARIABEL Y</b>
1	84	84
2	87	89
3	93	93
4	59	71
5	79	80
6	83	83
7	70	67
8	79	73
9	74	89
10	77	81
11	78	80
12	83	83
13	68	71
14	77	88
15	64	89
16	87	89
17	65	71
18	70	90
19	68	71
20	94	96
21	71	90
22	83	76
23	72	90
24	73	76
25	69	87
26	75	76
27	71	86
28	68	71
29	63	82
30	72	89
31	78	87
32	72	75
33	88	97
34	77	82
35	67	81
36	76	76
37	73	75
38	87	101

<b>39</b>	67	81
<b>40</b>	67	86
<b>41</b>	93	97
<b>42</b>	65	86
<b>43</b>	93	93
<b>44</b>	77	88
<b>45</b>	66	75
<b>46</b>	81	81
<b>47</b>	88	91
<b>48</b>	68	79
<b>49</b>	85	94
<b>50</b>	79	89
<b>51</b>	67	73
<b>52</b>	66	92
<b>53</b>	81	81
<b>54</b>	77	90
<b>55</b>	88	88
<b>56</b>	74	93
<b>57</b>	63	76
<b>58</b>	81	82
<b>59</b>	76	97
<b>60</b>	86	90
<b>61</b>	82	86
<b>62</b>	62	88
<b>63</b>	89	91
<b>64</b>	83	77
<b>65</b>	84	97
<b>66</b>	81	91
<b>67</b>	75	97
<b>68</b>	78	84
<b>69</b>	82	99
<b>70</b>	69	82
<b>71</b>	96	95
<b>72</b>	82	95
<b>73</b>	98	102
<b>74</b>	80	99
<b>75</b>	96	104
<b>76</b>	66	84
<b>77</b>	68	79
<b>78</b>	82	93

<b>79</b>	86	86
<b>80</b>	77	99
<b>81</b>	88	103
<b>82</b>	85	88
<b>83</b>	79	80
<b>84</b>	73	97
<b>85</b>	93	102
<b>86</b>	88	88
<b>87</b>	73	73
<b>88</b>	84	98
<b>89</b>	82	103
<b>90</b>	78	97
<b>91</b>	78	90
<b>92</b>	73	75
<b>93</b>	81	95
<b>94</b>	81	103
<b>95</b>	69	70
<b>96</b>	93	94
<b>97</b>	78	93
<b>98</b>	98	100
<b>99</b>	83	86
<b>100</b>	89	93
<b>101</b>	63	77
<b>102</b>	91	99
<b>103</b>	84	106
<b>104</b>	93	94
<b>105</b>	78	79
<b>106</b>	79	94
<b>107</b>	85	93
<b>108</b>	75	86
<b>109</b>	93	102
<b>110</b>	75	92
<b>111</b>	65	85
<b>112</b>	71	81
<b>113</b>	73	75
<b>JUMLAH</b>	<b>8849</b>	<b>9856</b>

### Rekapitulasi Skor Total Instrumen Hasil Penelitian

No. Resp	X	Y	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>	XY
1	84	84	7056	7056	7056
2	87	89	7569	7921	7743
3	93	93	8649	8649	8649
4	59	71	3481	5041	4189
5	79	80	6241	6400	6320
6	83	83	6889	6889	6889
7	70	67	4900	4489	4690
8	79	73	6241	5329	5767
9	74	89	5476	7921	6586
10	77	81	5929	6561	6237
11	78	80	6084	6400	6240
12	83	83	6889	6889	6889
13	68	71	4624	5041	4828
14	77	88	5929	7744	6776
15	64	89	4096	7921	5696
16	87	89	7569	7921	7743
17	65	71	4225	5041	4615
18	70	90	4900	8100	6300
19	68	71	4624	5041	4828
20	94	96	8836	9216	9024
21	71	90	5041	8100	6390
22	83	76	6889	5776	6308
23	72	90	5184	8100	6480
24	73	76	5329	5776	5548
25	69	87	4761	7569	6003
26	75	76	5625	5776	5700
27	71	86	5041	7396	6106
28	68	71	4624	5041	4828
29	63	82	3969	6724	5166
30	72	89	5184	7921	6408
31	78	87	6084	7569	6786
32	72	75	5184	5625	5400
33	88	97	7744	9409	8536
34	77	82	5929	6724	6314
35	67	81	4489	6561	5427
36	76	76	5776	5776	5776
37	73	75	5329	5625	5475
38	87	101	7569	10201	8787
39	67	81	4489	6561	5427
40	67	86	4489	7396	5762

41	93	97	8649	9409	9021
42	65	86	4225	7396	5590
43	93	93	8649	8649	8649
44	77	88	5929	7744	6776
45	66	75	4356	5625	4950
46	81	81	6561	6561	6561
47	88	91	7744	8281	8008
48	68	79	4624	6241	5372
49	85	94	7225	8836	7990
50	79	89	6241	7921	7031
51	67	73	4489	5329	4891
52	66	92	4356	8464	6072
53	81	81	6561	6561	6561
54	77	90	5929	8100	6930
55	88	88	7744	7744	7744
56	74	93	5476	8649	6882
57	63	76	3969	5776	4788
58	81	82	6561	6724	6642
59	76	97	5776	9409	7372
60	86	90	7396	8100	7740
61	82	86	6724	7396	7052
62	62	88	3844	7744	5456
63	89	91	7921	8281	8099
64	83	77	6889	5929	6391
65	84	97	7056	9409	8148
66	81	91	6561	8281	7371
67	75	97	5625	9409	7275
68	78	84	6084	7056	6552
69	82	99	6724	9801	8118
70	69	82	4761	6724	5658
71	96	95	9216	9025	9120
72	82	95	6724	9025	7790
73	98	102	9604	10404	9996
74	80	99	6400	9801	7920
75	96	104	9216	10816	9984

76	66	84	4356	7056	5544
77	68	79	4624	6241	5372
78	82	93	6724	8649	7626
79	86	86	7396	7396	7396
80	77	99	5929	9801	7623
81	88	103	7744	10609	9064
82	85	88	7225	7744	7480
83	79	80	6241	6400	6320
84	73	97	5329	9409	7081
85	93	102	8649	10404	9486
86	88	88	7744	7744	7744
87	73	73	5329	5329	5329
88	84	98	7056	9604	8232
89	82	103	6724	10609	8446
90	78	97	6084	9409	7566
91	78	90	6084	8100	7020
92	73	75	5329	5625	5475
93	81	95	6561	9025	7695
94	81	103	6561	10609	8343
95	69	70	4761	4900	4830
96	93	94	8649	8836	8742
97	78	93	6084	8649	7254
98	98	100	9604	10000	9800
99	83	86	6889	7396	7138
100	89	93	7921	8649	8277
101	63	77	3969	5929	4851
102	91	99	8281	9801	9009
103	84	106	7056	11236	8904
104	93	94	8649	8836	8742
105	78	79	6084	6241	6162
106	79	94	6241	8836	7426
107	85	93	7225	8649	7905
108	75	86	5625	7396	6450
109	93	102	8649	10404	9486
110	75	92	5625	8464	6900
111	65	85	4225	7225	5525
112	71	81	5041	6561	5751
113	73	75	5329	5625	5475
<b>JUMLAH</b>	<b>8849</b>	<b>9856</b>	<b>702341</b>	<b>869212</b>	<b>777661</b>



**PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIANS DAN  
SIMPANGAN BAKU VARIABEL X1 DAN Y**

**1. Rata-rata (X)**

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\Sigma X}{n} \\ &= \frac{8849}{113} \\ &= 78,31\end{aligned}$$

**2. Varians (X)**

$$\begin{aligned}S^2 &= \frac{\Sigma(X-\bar{X})^2}{n-1} \\ &= \frac{9378,16}{112} \\ &= 83,73\end{aligned}$$

**3. Simpangan Baku (X)**

$$\begin{aligned}S &= \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{83,73} \\ &= 9,15\end{aligned}$$

**1. Rata-rata (Y)**

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{\Sigma Y}{n} \\ &= \frac{9856}{113} \\ &= 87,22\end{aligned}$$

**2. Varians (Y)**

$$\begin{aligned}S^2 &= \frac{\Sigma(Y-\bar{Y})^2}{n-1} \\ &= \frac{9559,47}{112} \\ &= 85,35\end{aligned}$$

**3. Simpangan Baku (Y)**

$$\begin{aligned}S &= \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{85,35} \\ &= 9,24\end{aligned}$$

**TABEL PERHITUNGAN RATA-RATA,  
VARIANS DAN SIMPANGAN BAKU, VARIABEL X1 DAN Y**

No.	X	Y	$X - \bar{X}$	$Y - \bar{Y}$	$(X - \bar{X})^2$	$(Y - \bar{Y})^2$
1	84	84	5,69	-3,22	32,38	10,38
2	87	89	8,69	1,78	75,52	3,16
3	93	93	14,69	5,78	215,80	33,39
4	59	71	-19,31	-16,22	372,87	263,13
5	79	80	0,69	-7,22	0,48	52,15
6	83	83	4,69	-4,22	22,00	17,82
7	70	67	-8,31	-20,22	69,05	408,90
8	79	73	0,69	-14,22	0,48	202,24
9	74	89	-4,31	1,78	18,57	3,16
10	77	81	-1,31	-6,22	1,72	38,70
11	78	80	-0,31	-7,22	0,10	52,15
12	83	83	4,69	-4,22	22,00	17,82
13	68	71	-10,31	-16,22	106,29	263,13
14	77	88	-1,31	0,78	1,72	0,61
15	64	89	-14,31	1,78	204,77	3,164
16	87	89	8,69	1,78	75,52	3,164
17	65	71	-13,31	-16,22	177,15	263,13
18	70	90	-8,31	2,78	69,05	7,72
19	68	71	-10,31	-16,22	106,29	263,13
20	94	96	15,69	8,78	246,18	77,07
21	71	90	-7,31	2,78	53,43	7,72
22	83	76	4,69	-11,22	22,00	125,92
23	72	90	-6,31	2,78	39,81	7,72
24	73	76	-5,31	-11,22	28,19	125,92
25	69	87	-9,31	-0,22	86,67	0,05
26	75	76	-3,31	-11,22	10,95	125,92
27	71	86	-7,31	-1,22	53,43	1,49
28	68	71	-10,31	-16,22	106,29	263,13
29	63	82	-15,31	-5,22	234,39	27,26
30	72	89	-6,31	1,78	39,81	3,16
31	78	87	-0,31	-0,22	0,10	0,05
32	72	75	-6,31	-12,22	39,81	149,36
33	88	97	9,69	9,78	93,90	95,62
34	77	82	-1,31	-5,22	1,72	27,26
35	67	81	-11,31	-6,22	127,91	38,70
36	76	76	-2,31	-11,22	5,33	125,92
37	73	75	-5,31	-12,22	28,19	149,36
38	87	101	8,69	13,78	75,52	189,85
39	67	81	-11,31	-6,22	127,91	38,70
40	67	86	-11,31	-1,22	127,91	1,49

41	93	97	14,69	9,78	215,80	95,62
42	65	86	-13,31	-1,22	177,15	1,49
43	93	93	14,69	5,78	215,80	33,39
44	77	88	-1,31	0,78	1,72	0,61
45	66	75	-12,31	-12,22	151,53	149,36
46	81	81	2,69	-6,22	7,24	38,70
47	88	91	9,69	3,78	93,90	14,28
48	68	79	-10,31	-8,22	106,29	67,59
49	85	94	6,69	6,78	44,76	45,95
50	79	89	0,69	1,78	0,48	3,16
51	67	73	-11,31	-14,22	127,91	202,24
52	66	92	-12,31	4,78	151,53	22,84
53	81	81	2,69	-6,22	7,24	38,70
54	77	90	-1,31	2,78	1,72	7,72
55	88	88	9,69	0,78	93,90	0,61
56	74	93	-4,31	5,78	18,57	33,39
57	63	76	-15,31	-11,22	234,39	125,92
58	81	82	2,69	-5,22	7,24	27,26
59	76	97	-2,31	9,78	5,33	95,62
60	86	90	7,69	2,78	59,14	7,72
61	82	86	3,69	-1,22	13,62	1,49
62	62	88	-16,31	0,78	266,01	0,61
63	89	91	10,69	3,78	114,28	14,28
64	83	77	4,69	-10,22	22,00	104,47
65	84	97	5,69	9,78	32,38	95,62
66	81	91	2,69	3,78	7,24	14,28
67	75	97	-3,31	9,78	10,95	95,62
68	78	84	-0,31	-3,22	0,10	10,38
69	82	99	3,69	11,78	13,62	138,74
70	69	82	-9,31	-5,22	86,67	27,26
71	96	95	17,69	7,78	312,95	60,51
72	82	95	3,69	7,78	13,62	60,51
73	98	102	19,69	14,78	387,71	218,41
74	80	99	1,69	11,78	2,86	138,74
75	96	104	17,69	16,78	312,95	281,53
76	66	84	-12,31	-3,22	151,53	10,38
77	68	79	-10,31	-8,22	106,29	67,59
78	82	93	3,69	5,78	13,62	33,39
79	86	86	7,69	-1,22	59,14	1,49
80	77	99	-1,31	11,78	1,72	138,74

81	88	103	9,69	15,78	93,90	248,97
82	85	88	6,69	0,78	44,76	0,61
83	79	80	0,69	-7,22	0,48	52,15
84	73	97	-5,31	9,78	28,19	95,62
85	93	102	14,69	14,78	215,80	218,41
86	88	88	9,69	0,78	93,90	0,61
87	73	73	-5,31	-14,22	28,19	202,24
88	84	98	5,69	10,78	32,38	116,18
89	82	103	3,69	15,78	13,62	248,97
90	78	97	-0,31	9,78	0,10	95,62
91	78	90	-0,31	2,78	0,10	7,72
92	73	75	-5,31	-12,22	28,19	149,36
93	81	95	2,69	7,78	7,24	60,51
94	81	103	2,69	15,78	7,24	248,97
95	69	70	-9,31	-17,22	86,67	296,57
96	93	94	14,69	6,78	215,80	45,95
97	78	93	-0,31	5,78	0,10	33,39
98	98	100	19,69	12,78	387,71	163,30
99	83	86	4,69	-1,22	22,00	1,49
100	89	93	10,69	5,78	114,28	33,39
101	63	77	-15,31	-10,22	234,39	104,47
102	91	99	12,69	11,78	161,04	138,74
103	84	106	5,69	18,78	32,38	352,64
104	93	94	14,69	6,78	215,80	45,95
105	78	79	-0,31	-8,22	0,10	67,59
106	79	94	0,69	6,78	0,48	45,95
107	85	93	6,69	5,78	44,76	33,39
108	75	86	-3,31	-1,22	10,95	1,49
109	93	102	14,69	14,78	215,80	218,41
110	75	92	-3,31	4,78	10,95	22,84
111	65	85	-13,31	-2,22	177,15	4,93
112	71	81	-7,31	-6,22	53,43	38,70
113	73	75	-5,31	-12,22	28,19	149,36
<b>Jumlah</b>	<b>8849</b>	<b>9856</b>			<b>9378,16</b>	<b>9559,47</b>

## KEPUTUSAN PEMBELIAN

### 1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 106 - 67 \\ &= 39 \end{aligned}$$

### 2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

$$\begin{aligned} K &= 1 + (3.3) \text{ Log } n \\ &= 1 + (3.3) \log 113 \\ &= 1 + (3.3) \quad 2,053078 \\ &= 7,7751589 \\ &= 7.77 \text{ (ditetapkan menjadi 8)} \end{aligned}$$

### 3. Panjang Kelas Interval (KI)

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{39}{8} = 4,88 \text{ (ditetapkan menjadi 5)} \end{aligned}$$

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
67	-	71	66,5	71,5	7	6,2%
72	-	76	71,5	76,5	13	11,5%
77	-	81	76,5	81,5	14	12,4%
82	-	86	81,5	86,5	19	16,8%
87	-	91	86,5	91,5	21	18,6%
92	-	96	91,5	96,5	17	15,0%
97	-	101	96,5	101,5	14	12,4%
102	-	106	101,5	106,5	8	7,1%
Jumlah					113	100%

### Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram SUASANA TOKO

1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 98 - 59 \\ &= 39 \end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

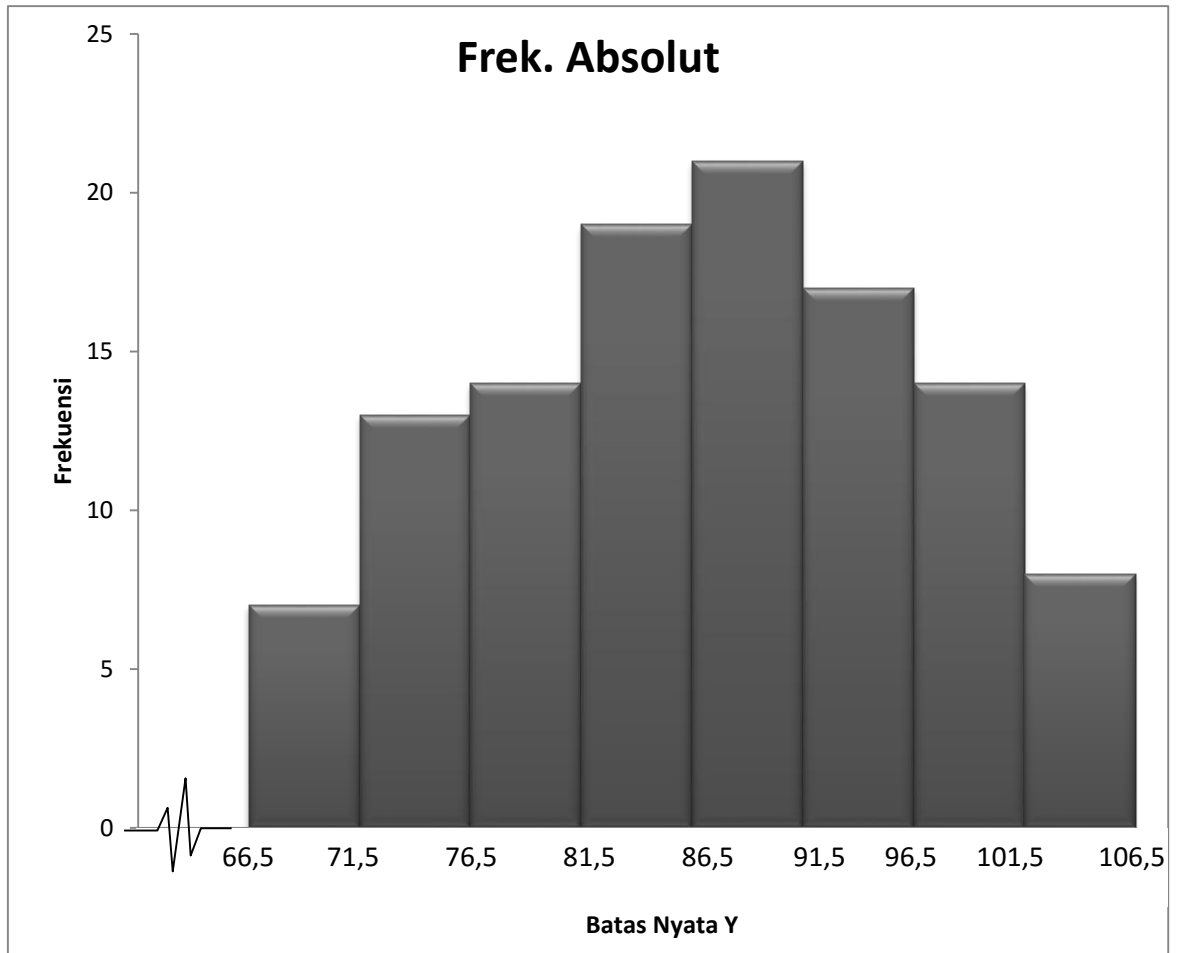
$$\begin{aligned} K &= 1 + (3.3) \text{ Log } n \\ &= 1 + (3.3) \log 113 \\ &= 1 + (3.3) \quad 2,053078 \\ &= 7,77516 \\ &= 7.77 \text{ (ditetapkan menjadi 8)} \end{aligned}$$

3. Panjang Kelas Interval (KI)

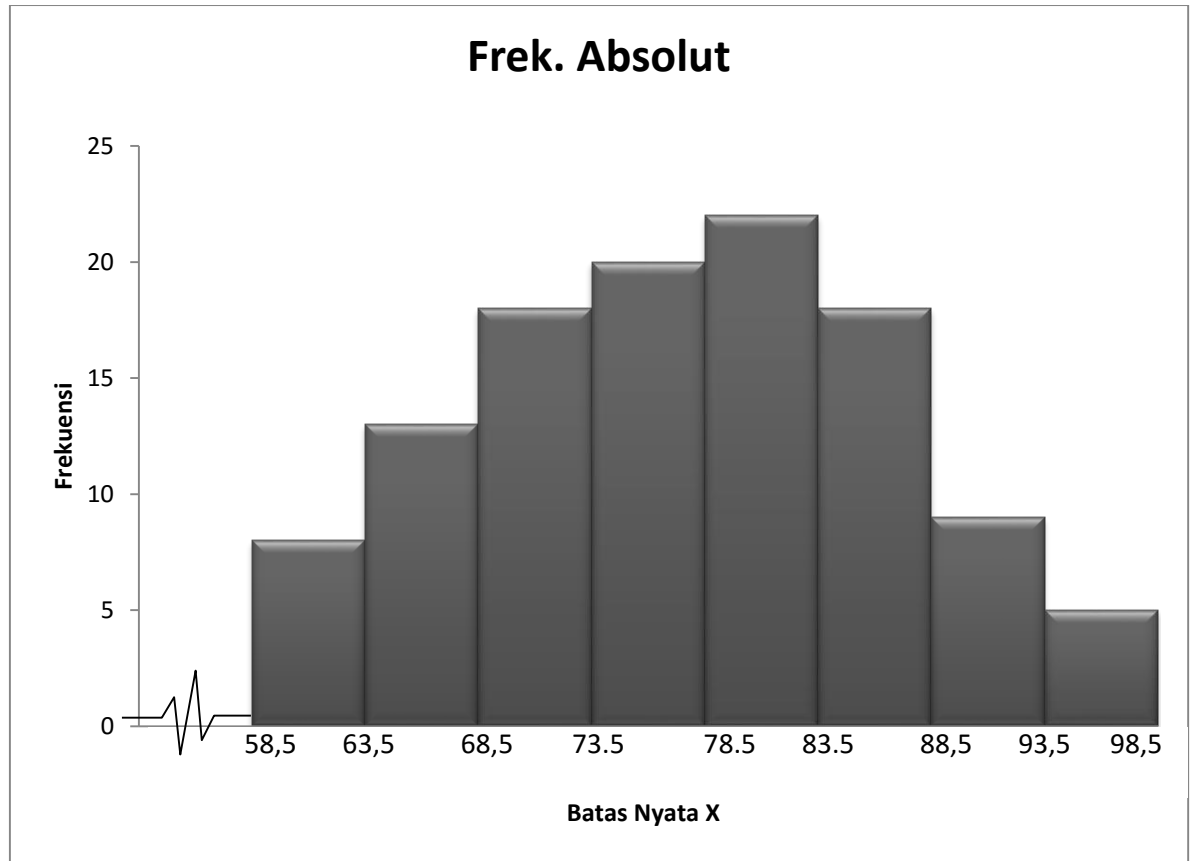
$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{39}{8} = 4,88 \quad (\text{ditetapkan menjadi 5}) \end{aligned}$$

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
59	-	63	58,5	63,5	8	7,1%
64	-	68	63,5	68,5	13	11,5%
69	-	73	68,5	73,5	18	15,9%
74	-	78	73,5	78,5	20	17,7%
79	-	83	78,5	83,5	22	19,5%
84	-	88	83,5	88,5	18	15,9%
89	-	93	88,5	93,5	9	8,0%
94	-	98	93,5	98,5	5	4,4%
Jumlah					113	100%

**GRAFIK HISTOGRAM  
VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)**



**GRAFIK HISTOGRAM  
VARIABEL X1 (SUASANA TOKO)**





**PERHITUNGAN PERSAMAAN REGRESI LINEAR SEDERHANA**

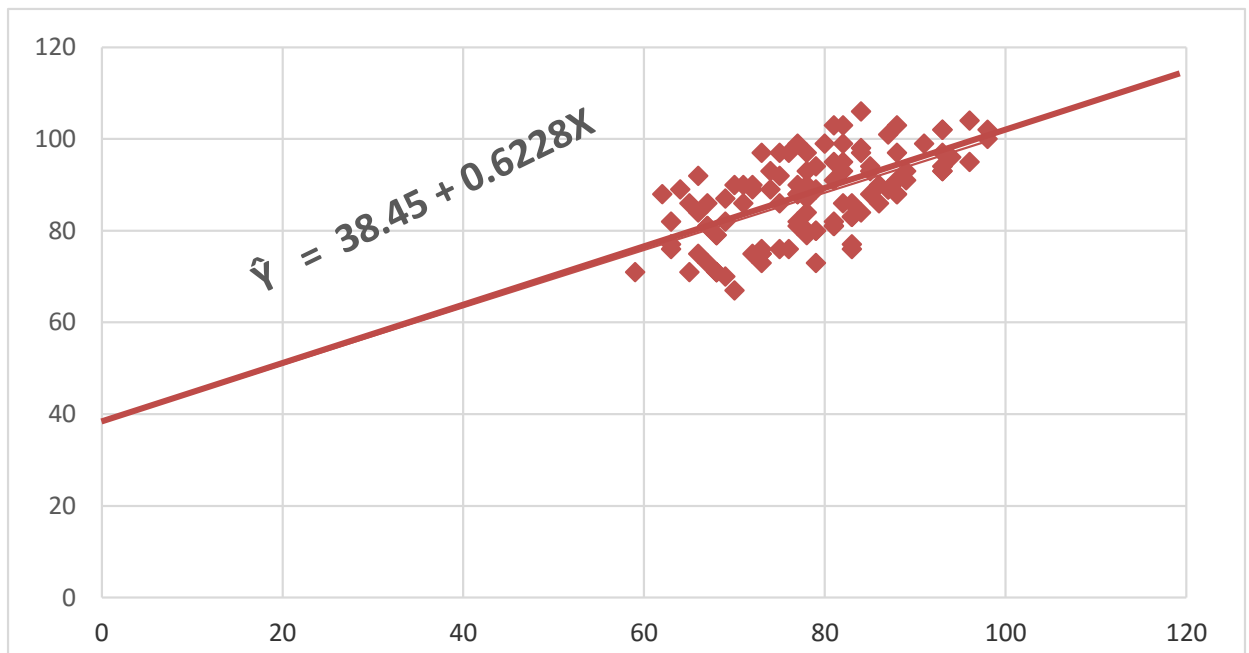
$$\hat{Y} = a + bX$$

$n = 113$ $\Sigma XY = 777661$ $\Sigma X = 8849$ $\Sigma Y = 9856$ $\Sigma x^2 = \Sigma X^2 - \frac{(\Sigma X)^2}{n}$ $= 702341 - \frac{78304801}{113}$ $= 9378,16$ $\Sigma y^2 = \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n}$ $= 869212 - \frac{97140736}{113}$ $= 9559,47$ $b = \frac{\Sigma xy}{\Sigma x^2}$ $= \frac{5840,26}{9378,16}$ $= 0,6228$ $= \mathbf{0,6228}$	$\Sigma X^2 = 702341$ $\Sigma Y^2 = 869212$ $\bar{Y} = \frac{\Sigma Y}{n} = \frac{9856}{113} = 87,22$ $\bar{X} = \frac{\Sigma X}{n} = \frac{8849}{113} = 78,31$ $\Sigma xy = \Sigma XY - \frac{(\Sigma X)(\Sigma Y)}{n}$ $= 777661 - \frac{87215744}{113}$ $= 5840,26$ $a = \bar{Y} - b\bar{X}$ $= 87,22 - (0,62 \times 78,31)$ $= \mathbf{38,45}$
---	---

**Jadi Persamaan Regresi adalah  $\hat{Y} = 38.45 + 0.6228X$**

## LAMPIRAN 38

## GRAFIK PERSAMAAN REGRESI



**Tabel Untuk Menghitung  $\hat{Y} = a + bX$** 

n	X	$\hat{Y} = 38.45 + 0.6228X$				$\hat{Y}$	
1	84	38,45	+	0,62	.	84	90,76
2	87	38,45	+	0,62	.	87	92,63
3	93	38,45	+	0,62	.	93	96,37
4	59	38,45	+	0,62	.	59	75,20
5	79	38,45	+	0,62	.	79	87,65
6	83	38,45	+	0,62	.	83	90,14
7	70	38,45	+	0,62	.	70	82,05
8	79	38,45	+	0,62	.	79	87,65
9	74	38,45	+	0,62	.	74	84,54
10	77	38,45	+	0,62	.	77	86,41
11	78	38,45	+	0,62	.	78	87,03
12	83	38,45	+	0,62	.	83	90,14
13	68	38,45	+	0,62	.	68	80,80
14	77	38,45	+	0,62	.	77	86,41
15	64	38,45	+	0,62	.	64	78,31
16	87	38,45	+	0,62	.	87	92,63
17	65	38,45	+	0,62	.	65	78,93
18	70	38,45	+	0,62	.	70	82,05
19	68	38,45	+	0,62	.	68	80,80
20	94	38,45	+	0,62	.	94	96,99
21	71	38,45	+	0,62	.	71	82,67
22	83	38,45	+	0,62	.	83	90,14
23	72	38,45	+	0,62	.	72	83,29
24	73	38,45	+	0,62	.	73	83,91
25	69	38,45	+	0,62	.	69	81,42
26	75	38,45	+	0,62	.	75	85,16
27	71	38,45	+	0,62	.	71	82,67
28	68	38,45	+	0,62	.	68	80,80
29	63	38,45	+	0,62	.	63	77,69
30	72	38,45	+	0,62	.	72	83,29
31	78	38,45	+	0,62	.	78	87,03
32	72	38,45	+	0,62	.	72	83,29
33	88	38,45	+	0,62	.	88	93,26
34	77	38,45	+	0,62	.	77	86,41
35	67	38,45	+	0,62	.	67	80,18
36	76	38,45	+	0,62	.	76	85,78
37	73	38,45	+	0,62	.	73	83,91
38	87	38,45	+	0,62	.	87	92,63
39	67	38,45	+	0,62	.	67	80,18
40	67	38,45	+	0,62	.	67	80,18

41	93	38,45	+	0,62	.	93	96,37
42	65	38,45	+	0,62	.	65	78,93
43	93	38,45	+	0,62	.	93	96,37
44	77	38,45	+	0,62	.	77	86,41
45	66	38,45	+	0,62	.	66	79,56
46	81	38,45	+	0,62	.	81	88,90
47	88	38,45	+	0,62	.	88	93,26
48	68	38,45	+	0,62	.	68	80,80
49	85	38,45	+	0,62	.	85	91,39
50	79	38,45	+	0,62	.	79	87,65
51	67	38,45	+	0,62	.	67	80,18
52	66	38,45	+	0,62	.	66	79,56
53	81	38,45	+	0,62	.	81	88,90
54	77	38,45	+	0,62	.	77	86,41
55	88	38,45	+	0,62	.	88	93,26
56	74	38,45	+	0,62	.	74	84,54
57	63	38,45	+	0,62	.	63	77,69
58	81	38,45	+	0,62	.	81	88,90
59	76	38,45	+	0,62	.	76	85,78
60	86	38,45	+	0,62	.	86	92,01
61	82	38,45	+	0,62	.	82	89,52
62	62	38,45	+	0,62	.	62	77,06
63	89	38,45	+	0,62	.	89	93,88
64	83	38,45	+	0,62	.	83	90,14
65	84	38,45	+	0,62	.	84	90,76
66	81	38,45	+	0,62	.	81	88,90
67	75	38,45	+	0,62	.	75	85,16
68	78	38,45	+	0,62	.	78	87,03
69	82	38,45	+	0,62	.	82	89,52
70	69	38,45	+	0,62	.	69	81,42
71	96	38,45	+	0,62	.	96	98,24
72	82	38,45	+	0,62	.	82	89,52
73	98	38,45	+	0,62	.	98	99,48
74	80	38,45	+	0,62	.	80	88,27
75	96	38,45	+	0,62	.	96	98,24
76	66	38,45	+	0,62	.	66	79,56
77	68	38,45	+	0,62	.	68	80,80
78	82	38,45	+	0,62	.	82	89,52
79	86	38,45	+	0,62	.	86	92,01
80	77	38,45	+	0,62	.	77	86,41

<b>81</b>	88	38,45	+	0,62	.	88	93,26
<b>82</b>	85	38,45	+	0,62	.	85	91,39
<b>83</b>	79	38,45	+	0,62	.	79	87,65
<b>84</b>	73	38,45	+	0,62	.	73	83,91
<b>85</b>	93	38,45	+	0,62	.	93	96,37
<b>86</b>	88	38,45	+	0,62	.	88	93,26
<b>87</b>	73	38,45	+	0,62	.	73	83,91
<b>88</b>	84	38,45	+	0,62	.	84	90,76
<b>89</b>	82	38,45	+	0,62	.	82	89,52
<b>90</b>	78	38,45	+	0,62	.	78	87,03
<b>91</b>	78	38,45	+	0,62	.	78	87,03
<b>92</b>	73	38,45	+	0,62	.	73	83,91
<b>93</b>	81	38,45	+	0,62	.	81	88,90
<b>94</b>	81	38,45	+	0,62	.	81	88,90
<b>95</b>	69	38,45	+	0,62	.	69	81,42
<b>96</b>	93	38,45	+	0,62	.	93	96,37
<b>97</b>	78	38,45	+	0,62	.	78	87,03
<b>98</b>	98	38,45	+	0,62	.	98	99,48
<b>99</b>	83	38,45	+	0,62	.	83	90,14
<b>100</b>	89	38,45	+	0,62	.	89	93,88
<b>101</b>	63	38,45	+	0,62	.	63	77,69
<b>102</b>	91	38,45	+	0,62	.	91	95,12
<b>103</b>	84	38,45	+	0,62	.	84	90,76
<b>104</b>	93	38,45	+	0,62	.	93	96,37
<b>105</b>	78	38,45	+	0,62	.	78	87,03
<b>106</b>	79	38,45	+	0,62	.	79	87,65
<b>107</b>	85	38,45	+	0,62	.	85	91,39
<b>108</b>	75	38,45	+	0,62	.	75	85,16
<b>109</b>	93	38,45	+	0,62	.	93	96,37
<b>110</b>	75	38,45	+	0,62	.	75	85,16
<b>111</b>	65	38,45	+	0,62	.	65	78,93
<b>112</b>	71	38,45	+	0,62	.	71	82,67
<b>113</b>	73	38,45	+	0,62	.	73	83,91

**TABEL PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIANS DAN SIMPANGAN BAKU  
REGRESI  $\hat{Y} = 38,45 + 0,6228X$**

No.	X	Y	$\hat{Y}$	$(Y - \hat{Y})$	$(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}$	$[(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}]^2$
1	59	71	75,20	-4,20	-4,20	17,61
2	62	88	77,06	10,94	10,94	119,59
3	63	82	77,69	4,31	4,31	18,60
4	63	76	77,69	-1,69	-1,69	2,85
5	63	77	77,69	-0,69	-0,69	0,47
6	64	89	78,31	10,69	10,69	114,28
7	65	71	78,93	-7,93	-7,93	62,93
8	65	86	78,93	7,07	7,07	49,95
9	65	85	78,93	6,07	6,07	36,81
10	66	75	79,56	-4,56	-4,56	20,75
11	66	92	79,56	12,44	12,44	154,87
12	66	84	79,56	4,44	4,44	19,75
13	67	81	80,18	0,82	0,82	0,68
14	67	81	80,18	0,82	0,82	0,68
15	67	86	80,18	5,82	5,82	33,89
16	67	73	80,18	-7,18	-7,18	51,53
17	68	71	80,80	-9,80	-9,80	96,06
18	68	71	80,80	-9,80	-9,80	96,06
19	68	71	80,80	-9,80	-9,80	96,06
20	68	79	80,80	-1,80	-1,80	3,24
21	68	79	80,80	-1,80	-1,80	3,24
22	69	87	81,42	5,58	5,58	31,10
23	69	82	81,42	0,58	0,58	0,33
24	69	70	81,42	-11,42	-11,42	130,50
25	70	67	82,05	-15,05	-15,05	226,39
26	70	90	82,05	7,95	7,95	63,26
27	71	90	82,67	7,33	7,33	53,74
28	71	86	82,67	3,33	3,33	11,09
29	71	81	82,67	-1,67	-1,67	2,79
30	72	90	83,29	6,71	6,71	45,00
31	72	89	83,29	5,71	5,71	32,58
32	72	75	83,29	-8,29	-8,29	68,75
33	73	76	83,91	-7,91	-7,91	62,64
34	73	75	83,91	-8,91	-8,91	79,47
35	73	97	83,91	13,09	13,09	171,23
36	73	73	83,91	-10,91	-10,91	119,13
37	73	75	83,91	-8,91	-8,91	79,47
38	73	75	83,91	-8,91	-8,91	79,47
39	74	89	84,54	4,46	4,46	19,92
40	74	93	84,54	8,46	8,46	71,62

41	75	76	85,16	-9,16	-9,16	83,91
42	75	97	85,16	11,84	11,84	140,18
43	75	86	85,16	0,84	0,84	0,71
44	75	92	85,16	6,84	6,84	46,78
45	76	76	85,78	-9,78	-9,78	95,70
46	76	97	85,78	11,22	11,22	125,82
47	77	81	86,41	-5,41	-5,41	29,22
48	77	88	86,41	1,59	1,59	2,54
49	77	82	86,41	-4,41	-4,41	19,41
50	77	88	86,41	1,59	1,59	2,54
51	77	90	86,41	3,59	3,59	12,92
52	77	99	86,41	12,59	12,59	158,62
53	78	80	87,03	-7,03	-7,03	49,40
54	78	87	87,03	-0,03	-0,03	0,00
55	78	84	87,03	-3,03	-3,03	9,17
56	78	97	87,03	9,97	9,97	99,43
57	78	90	87,03	2,97	2,97	8,83
58	78	93	87,03	5,97	5,97	35,66
59	78	79	87,03	-8,03	-8,03	64,45
60	79	80	87,65	-7,65	-7,65	58,54
61	79	73	87,65	-14,65	-14,65	214,65
62	79	89	87,65	1,35	1,35	1,82
63	79	80	87,65	-7,65	-7,65	58,54
64	79	94	87,65	6,35	6,35	40,31
65	80	99	88,27	10,73	10,73	115,05
66	81	81	88,90	-7,90	-7,90	62,36
67	81	81	88,90	-7,90	-7,90	62,36
68	81	82	88,90	-6,90	-6,90	47,56
69	81	91	88,90	2,10	2,10	4,42
70	81	95	88,90	6,10	6,10	37,25
71	81	103	88,90	14,10	14,10	198,91
72	82	86	89,52	-3,52	-3,52	12,39
73	82	99	89,52	9,48	9,48	89,88
74	82	95	89,52	5,48	5,48	30,04
75	82	93	89,52	3,48	3,48	12,11
76	82	103	89,52	13,48	13,48	181,73
77	83	83	90,14	-7,14	-7,14	51,01
78	83	83	90,14	-7,14	-7,14	51,01
79	83	76	90,14	-14,14	-14,14	200,00
80	83	77	90,14	-13,14	-13,14	172,71

81	83	86	90,14	-4,14	-4,14	17,16
82	84	84	90,76	-6,76	-6,76	45,76
83	84	97	90,76	6,24	6,24	38,88
84	84	98	90,76	7,24	7,24	52,35
85	84	106	90,76	15,24	15,24	232,11
86	85	94	91,39	2,61	2,61	6,82
87	85	88	91,39	-3,39	-3,39	11,48
88	85	93	91,39	1,61	1,61	2,60
89	86	90	92,01	-2,01	-2,01	4,04
90	86	86	92,01	-6,01	-6,01	36,12
91	87	89	92,63	-3,63	-3,63	13,20
92	87	89	92,63	-3,63	-3,63	13,20
93	87	101	92,63	8,37	8,37	70,00
94	88	97	93,26	3,74	3,74	14,02
95	88	91	93,26	-2,26	-2,26	5,09
96	88	88	93,26	-5,26	-5,26	27,62
97	88	103	93,26	9,74	9,74	94,95
98	88	88	93,26	-5,26	-5,26	27,62
99	89	91	93,88	-2,88	-2,88	8,29
100	89	93	93,88	-0,88	-0,88	0,77
101	91	99	95,12	3,88	3,88	15,02
102	93	93	96,37	-3,37	-3,37	11,35
103	93	97	96,37	0,63	0,63	0,40
104	93	93	96,37	-3,37	-3,37	11,35
105	93	102	96,37	5,63	5,63	31,70
106	93	94	96,37	-2,37	-2,37	5,62
107	93	94	96,37	-2,37	-2,37	5,62
108	93	102	96,37	5,63	5,63	31,70
109	94	96	96,99	-0,99	-0,99	0,98
110	96	95	98,24	-3,24	-3,24	10,48
111	96	104	98,24	5,76	5,76	33,20
112	98	102	99,48	2,52	2,52	6,33
113	98	100	99,48	0,52	0,52	0,27
<b>Jumlah</b>	<b>8557</b>	<b>9856</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>5922,44</b>



**PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIAN, SIMPANGAN BAKU  
REGRESI  $\hat{Y} = 38.45 + 0.6228X$**

$$\begin{aligned}
 1. \text{ Rata-rata} &= \overline{Y - \hat{Y}} = \frac{\Sigma(Y - \hat{Y})}{n} \\
 &= \frac{0,00}{113} \\
 &= 0,000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 2. \text{ Varians} &= S^2 = \frac{\Sigma\{(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}\}^2}{n - 1} \\
 &= \frac{5922,44}{112} \\
 &= 52,88
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 3. \text{ Simpangan Baku} &= S = \sqrt{S^2} \\
 &= \sqrt{52,88} \\
 &= 7,27
 \end{aligned}$$

## LAMPIRAN 42

**PERHITUNGAN NORMALITAS GALAT TAKSIRAN Y ATAS X1**  
**REGRESI  $\hat{Y} = 38.45 + 0.6228X$**

No.	$(Y - \hat{Y})$	$(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}$	Zi	Zt	F(zi)	S(zi)	F(zi) - S(zi)
1	-15,05	-15,05	-2,070	0,4803	0,020	0,0088	0,0109
2	-14,65	-14,65	-2,015	0,4778	0,022	0,0177	0,0045
3	-14,14	-14,14	-1,944	0,4738	0,026	0,0265	0,0003
4	-13,14	-13,14	-1,807	0,4641	0,036	0,0354	0,0005
5	-11,42	-11,42	-1,570	0,4418	0,058	0,0442	0,0140
6	-10,91	-10,91	-1,500	0,4332	0,067	0,0531	0,0137
7	-9,80	-9,80	-1,348	0,4099	0,090	0,0619	0,0282
8	-9,80	-9,80	-1,348	0,4099	0,090	0,0708	0,0193
9	-9,80	-9,80	-1,348	0,4099	0,090	0,0796	0,0105
10	-9,78	-9,78	-1,345	0,4099	0,090	0,0885	0,0016
11	-9,16	-9,16	-1,260	0,3944	0,106	0,0973	0,0083
12	-8,91	-8,91	-1,225	0,3888	0,111	0,1062	0,0050
13	-8,91	-8,91	-1,225	0,3888	0,111	0,1150	0,0038
14	-8,91	-8,91	-1,225	0,3888	0,111	0,1239	0,0127
15	-8,29	-8,29	-1,140	0,3729	0,127	0,1327	0,0056
16	-8,03	-8,03	-1,104	0,3643	0,136	0,1416	0,0059
17	-7,93	-7,93	-1,091	0,3621	0,138	0,1504	0,0125
18	-7,91	-7,91	-1,088	0,3599	0,140	0,1593	0,0192
19	-7,90	-7,90	-1,086	0,3599	0,140	0,1681	0,0280
20	-7,90	-7,90	-1,086	0,3599	0,140	0,1770	0,0369
21	-7,65	-7,65	-1,052	0,3531	0,147	0,1858	0,0389
22	-7,65	-7,65	-1,052	0,3531	0,147	0,1947	0,0478
23	-7,18	-7,18	-0,987	0,3365	0,164	0,2035	0,0400
24	-7,14	-7,14	-0,982	0,3365	0,164	0,2124	0,0489
25	-7,14	-7,14	-0,982	0,3365	0,164	0,2212	0,0577
26	-7,03	-7,03	-0,967	0,3315	0,169	0,2301	0,0616
27	-6,90	-6,90	-0,949	0,3264	0,174	0,2389	0,0653
28	-6,76	-6,76	-0,930	0,3212	0,179	0,2478	0,0690
29	-6,01	-6,01	-0,826	0,2939	0,206	0,2566	0,0505
30	-5,41	-5,41	-0,744	0,2704	0,230	0,2655	0,0359
31	-5,26	-5,26	-0,723	0,2642	0,236	0,2743	0,0385
32	-5,26	-5,26	-0,723	0,2642	0,236	0,2832	0,0474
33	-4,56	-4,56	-0,627	0,2324	0,268	0,2920	0,0244
34	-4,41	-4,41	-0,606	0,2258	0,274	0,3009	0,0267
35	-4,20	-4,20	-0,578	0,2157	0,284	0,3097	0,0254
36	-4,14	-4,14	-0,569	0,2123	0,288	0,3186	0,0309
37	-3,63	-3,63	-0,499	0,1879	0,312	0,3274	0,0153
38	-3,63	-3,63	-0,499	0,1879	0,312	0,3363	0,0242
39	-3,52	-3,52	-0,484	0,1844	0,316	0,3451	0,0295
40	-3,39	-3,39	-0,466	0,1772	0,323	0,3540	0,0312

41	-3,37	-3,37	-0,463	0,1772	0,323	0,3628	0,0400
42	-3,37	-3,37	-0,463	0,1772	0,323	0,3717	0,0489
43	-3,24	-3,24	-0,446	0,1700	0,330	0,3805	0,0505
44	-3,03	-3,03	-0,417	0,1591	0,341	0,3894	0,0485
45	-2,88	-2,88	-0,396	0,1517	0,348	0,3982	0,0499
46	-2,37	-2,37	-0,326	0,1255	0,375	0,4071	0,0326
47	-2,37	-2,37	-0,326	0,1255	0,375	0,4159	0,0414
48	-2,26	-2,26	-0,311	0,1217	0,378	0,4248	0,0465
49	-2,01	-2,01	-0,276	0,1064	0,394	0,4336	0,0400
50	-1,80	-1,80	-0,248	0,0948	0,405	0,4425	0,0373
51	-1,80	-1,80	-0,248	0,0948	0,405	0,4513	0,0461
52	-1,69	-1,69	-0,232	0,0910	0,409	0,4602	0,0512
53	-1,67	-1,67	-0,230	0,0871	0,413	0,4690	0,0561
54	-0,99	-0,99	-0,136	0,0517	0,448	0,4779	0,0296
55	-0,88	-0,88	-0,121	0,0478	0,452	0,4867	0,0345
56	-0,69	-0,69	-0,095	0,0359	0,464	0,4956	0,0315
57	-0,03	-0,03	-0,004	0,0000	0,500	0,5044	0,0044
58	0,52	0,52	0,072	0,0279	0,528	0,5133	0,0146
59	0,58	0,58	0,080	0,0279	0,528	0,5221	0,0058
60	0,63	0,63	0,087	0,0319	0,532	0,5310	0,0009
61	0,82	0,82	0,113	0,0438	0,544	0,5398	0,0040
62	0,82	0,82	0,113	0,0438	0,544	0,5487	0,0049
63	0,84	0,84	0,116	0,0438	0,544	0,5575	0,0137
64	1,35	1,35	0,186	0,0714	0,571	0,5664	0,0050
65	1,59	1,59	0,219	0,0832	0,583	0,5752	0,0080
66	1,59	1,59	0,219	0,0832	0,583	0,5841	0,0009
67	1,61	1,61	0,221	0,0871	0,587	0,5929	0,0058
68	2,10	2,10	0,289	0,1103	0,610	0,6018	0,0085
69	2,52	2,52	0,347	0,1331	0,633	0,6106	0,0225
70	2,61	2,61	0,359	0,1368	0,637	0,6195	0,0173
71	2,97	2,97	0,408	0,1554	0,655	0,6283	0,0271
72	3,33	3,33	0,458	0,1736	0,674	0,6372	0,0364
73	3,48	3,48	0,479	0,1808	0,681	0,6460	0,0348
74	3,59	3,59	0,494	0,1879	0,688	0,6549	0,0330
75	3,74	3,74	0,514	0,1950	0,695	0,6637	0,0313
76	3,88	3,88	0,534	0,2019	0,702	0,6726	0,0293
77	4,31	4,31	0,593	0,2224	0,722	0,6814	0,0410
78	4,44	4,44	0,611	0,2291	0,729	0,6903	0,0388
79	4,46	4,46	0,613	0,2291	0,729	0,6991	0,0300
80	5,48	5,48	0,754	0,2734	0,773	0,7080	0,0654

81	5,58	5,58	0,767	0,2764	0,776	0,7168	0,0596
82	5,63	5,63	0,774	0,2794	0,779	0,7257	0,0537
83	5,63	5,63	0,774	0,2794	0,779	0,7345	0,0449
84	5,71	5,71	0,785	0,2823	0,782	0,7434	0,0389
85	5,76	5,76	0,792	0,2852	0,785	0,7522	0,0330
86	5,82	5,82	0,800	0,2881	0,788	0,7611	0,0270
87	5,97	5,97	0,821	0,2939	0,794	0,7699	0,0240
88	6,07	6,07	0,835	0,2967	0,797	0,7788	0,0179
89	6,10	6,10	0,839	0,2967	0,797	0,7876	0,0091
90	6,24	6,24	0,858	0,3023	0,802	0,7965	0,0058
91	6,35	6,35	0,873	0,3078	0,808	0,8053	0,0025
92	6,71	6,71	0,923	0,3212	0,821	0,8142	0,0070
93	6,84	6,84	0,941	0,3264	0,826	0,8230	0,0034
94	7,07	7,07	0,972	0,3340	0,834	0,8319	0,0021
95	7,24	7,24	0,996	0,3389	0,839	0,8407	0,0018
96	7,33	7,33	1,008	0,3413	0,841	0,8496	0,0083
97	7,95	7,95	1,093	0,3621	0,862	0,8584	0,0037
98	8,37	8,37	1,151	0,3749	0,875	0,8673	0,0076
99	8,46	8,46	1,163	0,3770	0,877	0,8761	0,0009
100	9,48	9,48	1,304	0,4032	0,903	0,8850	0,0182
101	9,74	9,74	1,339	0,4082	0,908	0,8938	0,0144
102	9,97	9,97	1,371	0,4147	0,915	0,9027	0,0120
103	10,69	10,69	1,470	0,4292	0,929	0,9115	0,0177
104	10,73	10,73	1,476	0,4292	0,929	0,9204	0,0088
105	10,94	10,94	1,504	0,4332	0,933	0,9292	0,0040
106	11,22	11,22	1,543	0,4382	0,938	0,9381	0,0001
107	11,84	11,84	1,628	0,4474	0,947	0,9469	0,0005
108	12,44	12,44	1,711	0,4564	0,956	0,9558	0,0006
109	12,59	12,59	1,731	0,4582	0,958	0,9646	0,0064
110	13,09	13,09	1,800	0,4641	0,964	0,9735	0,0094
111	13,48	13,48	1,854	0,4678	0,968	0,9823	0,0145
112	14,10	14,10	1,939	0,4732	0,973	0,9912	0,0180
113	15,24	15,24	2,096	0,4817	0,982	1,0000	0,0183

Dari perhitungan, didapat nilai  $L_{hitung}$  terbesar = 0,0690  $L_{tabel}$  untuk  $n=113$  dengan taraf signifikan 0,05 adalah 0,0833.  $L_{hitung} < L_{tabel}$ . Dengan demikian dapat disimpulkan data berdistribusi Normal.

## LAMPIRAN 43

## LANGKAH PERHITUNGAN UJI NORMALITAS GALAT TAKSIRAN

$$\text{REGRESI } \hat{Y} = 38.45 + 0.6228X$$

Disertai contoh perhitungan untuk no. 1 (pada tabel normalitas)

1. Kolom  $Y - \hat{Y}$

Data diurutkan dari data yang terkecil sampai yang terbesar

2. Kolom  $(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}$

Mengikuti kolom  $Y - \hat{Y}$

3. Kolom  $Z_i$  untuk  $i = 1$

$$Z_i = \frac{\{(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}\}}{S} = \frac{-15,05}{7,27} = -2,070$$

4. Kolom  $Z_t$

Nilai  $Z_t$  dikonsultasikan pada daftar F, misalnya :

Cari  $-2,07$  diperoleh  $Z_t = 0,4803$

Untuk  $Z_i = -2,070$ , maka  $F(z_i) = 0,5 - 0,4803 = 0,0197$

5. Kolom  $F(z_i)$

Jika  $Z_i$  negatif, maka  $F(z_i) = 0,5 - Z_t$

Jika  $Z_i$  positif, maka  $F(z_i) = 0,5 + Z_t$

6. Kolom  $S(z_i) = \frac{\text{Nomor Responden}}{\text{Jumlah Responden}}$

$$\text{Kolom } S(z_i) = \frac{1}{113} = 0,0088$$

7. Kolom  $|F(z_i) - S(z_i)|$

Nilai mutlak antara  $F(z_i) - S(z_i)$

$$= |0,0197 - 0,0088| = 0,0109$$

Merupakan harga mutlak dan selisih  $F(Z_i)$  dan  $S(Z_i)$

## PERHITUNGAN JK (G) Y ATAS X1

No.	K	n	X	Y	Y <sup>2</sup>	XY	ΣY <sup>2</sup>	(ΣY)	(ΣY) <sup>2</sup>	$\frac{(\Sigma Y)^2}{nK}$	$\left\{ \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{nK} \right\}$
1		1	59	71	5041	4189					
2		1	62	88	7744	5456					
3	I	3	63	82	6724	5166	18429	235	55225	18.408,33	20,67
4			63	76	5776	4788					
5			63	77	5929	4851					
6		1	64	89	7921	5696					
7	II	3	65	71	5041	4615	19662	242	58564	19.521,33	140,67
8			65	86	7396	5590					
9			65	85	7225	5525					
10	III	3	66	75	5625	4950	21145	251	63001	21.000,33	144,67
11			66	92	8464	6072					
12			66	84	7056	5544					
13	IV	4	67	81	6561	5427	25847	321	103041	25.760,25	86,75
14			67	81	6561	5427					
15			67	86	7396	5762					
16			67	73	5329	4891					
17	V	5	68	71	5041	4828	27605	371	137641	27.528,20	76,80
18			68	71	5041	4828					
19			68	71	5041	4828					
20			68	79	6241	5372					
21			68	79	6241	5372					
22	VI	3	69	87	7569	6003	19193	239	57121	19.040,33	152,67
23			69	82	6724	5658					
24			69	70	4900	4830					
25	VII	2	70	67	4489	4690	12589	157	24649	12.324,50	264,50
26			70	90	8100	6300					
27	VIII	3	71	90	8100	6390	22057	257	66049	22.016,33	40,67
28			71	86	7396	6106					
29			71	81	6561	5751					
30	IX	3	72	90	8100	6480	21646	254	64516	21.505,33	140,67
31			72	89	7921	6408					
32			72	75	5625	5400					
33	X	6	73	76	5776	5548	37389	471	221841	36.973,50	415,50
34			73	75	5625	5475					
35			73	97	9409	7081					
36			73	73	5329	5329					
37			73	75	5625	5475					
38			73	75	5625	5475					
39	XI	2	74	89	7921	6586	16570	182	33124	16.562,00	8,00
40			74	93	8649	6882					

41	XII	4	75	76	5776	5700	31045	351	123201	30.800,25	244,75
42			75	97	9409	7275					
43			75	86	7396	6450					
44			75	92	8464	6900					
45	XIII	2	76	76	5776	5776	15185	173	29929	14.964,50	220,50
46			76	97	9409	7372					
47	XIV	6	77	81	6561	6237	46674	528	278784	46.464,00	210,00
48			77	88	7744	6776					
49			77	82	6724	6314					
50			77	88	7744	6776					
51			77	90	8100	6930					
52			77	99	9801	7623					
53	XV	7	78	80	6400	6240	53424	610	372100	53.157,14	266,86
54			78	87	7569	6786					
55			78	84	7056	6552					
56			78	97	9409	7566					
57			78	90	8100	7020					
58			78	93	8649	7254					
59			78	79	6241	6162					
60	XVI	5	79	80	6400	6320	34886	416	173056	34.611,20	274,80
61			79	73	5329	5767					
62			79	89	7921	7031					
63			79	80	6400	6320					
64			79	94	8836	7426					
65		1	80	99	9801	7920					
66	XVII	6	81	81	6561	6561	47761	533	284089	47.348,17	412,83
67			81	81	6561	6561					
68			81	82	6724	6642					
69			81	91	8281	7371					
70			81	95	9025	7695					
71			81	103	10609	8343					
72	XVIII	5	82	86	7396	7052	45480	476	226576	45.315,20	164,80
73			82	99	9801	8118					
74			82	95	9025	7790					
75			82	93	8649	7626					
76			82	103	10609	8446					
77	XIX	5	83	83	6889	6889	32879	405	164025	32.805,00	74,00
78			83	83	6889	6889					
79			83	76	5776	6308					
80			83	77	5929	6391					

81			83	86	7396	7138					
82	XX	4	84	84	7056	7056	37305	385	148225	37.056,25	248,75
83			84	97	9409	8148					
84			84	98	9604	8232					
85			84	106	11236	8904					
86	XXI	3	85	94	8836	7990	25229	275	75625	25.208,33	20,67
87			85	88	7744	7480					
88			85	93	8649	7905					
89	XXII	2	86	90	8100	7740	15496	176	30976	15.488,00	8,00
90			86	86	7396	7396					
91	XXIII	3	87	89	7921	7743	26043	279	77841	25.947,00	96,00
92			87	89	7921	7743					
93			87	101	10201	8787					
94	XXIV	5	88	97	9409	8536	43787	467	218089	43.617,80	169,20
95			88	91	8281	8008					
96			88	88	7744	7744					
97			88	103	10609	9064					
98			88	88	7744	7744					
99	XXV	2	89	91	8281	8099	16930	184	33856	16.928,00	2,00
100			89	93	8649	8277					
101		1	91	99	9801	9009					
102	XXVI	7	93	93	8649	8649	65187	675	455625	65.089,29	97,71
103			93	97	9409	9021					
104			93	93	8649	8649					
105			93	102	10404	9486					
106			93	94	8836	8742					
107			93	94	8836	8742					
108			93	102	10404	9486					
109		1	94	96	9216	9024					
110	XXVII	2	96	95	9025	9120	19841	199	39601	19.800,50	40,50
111			96	104	10816	9984					
112	XXVIII	2	98	102	10404	9996	20404	202	40804	20.402,00	2,00
113			98	100	10000	9800					
<b>Σ</b>	<b>28</b>	<b>113</b>	<b>8849</b>	<b>9856</b>	<b>869212</b>	<b>777661</b>					<b>4.044,92</b>



## LAMPIRAN 45

### PERHITUNGAN UJI KEBERARTIAN REGRESI Y ATAS X1

1. Mencari Jumlah Kuadrat Total JK (T)

$$\begin{aligned} JK(T) &= \sum Y^2 \\ &= 869212 \end{aligned}$$

2. Mencari jumlah kuadrat regresi a JK (a)

$$\begin{aligned} JK(a) &= \frac{(\sum Y)^2}{n} \\ &= \frac{9856^2}{113} \\ &= 859652,53 \end{aligned}$$

3. Mencari jumlah kuadrat regresi b JK (b/a)

$$\begin{aligned} JK(b/a) &= b \cdot \sum xy \\ &= 0,623 \quad \times \quad 5840,26 \\ &= 3637,02 \end{aligned}$$

4. Mencari jumlah kuadrat residu JK (S)

$$\begin{aligned} JK(S) &= JK(T) - JK(a) - JK(b/a) \\ &= 869212 - 859652,53 - 3637,02 \\ &= 5922,44 \end{aligned}$$

5. Mencari Derajat Kebebasan

$$\begin{aligned} dk_{(T)} &= n = 113 \\ dk_{(a)} &= 1 \\ dk_{(b/a)} &= 1 \\ dk_{(res)} &= n - 2 = 111 \end{aligned}$$

6. Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat

$$\begin{aligned} RJK_{(b/a)} &= \frac{JK_{(b/a)}}{dk_{(b/a)}} = \frac{3637,02}{1} = 3637,02 \\ RJK_{(res)} &= \frac{JK_{(res)}}{dk_{(res)}} = \frac{5922,44}{111} = 53,36 \end{aligned}$$

7. Kriteria Pengujian

Terima  $H_0$  jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka regresi tidak berarti

Tolak  $H_0$  jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka regresi berarti

8. Pengujian

$$F_{hitung} = \frac{RJK_{(b/a)}}{RJK_{(res)}} = \frac{3637,02}{53,36} = 68,17$$

9. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan  $F_{hitung} = 68,17$

Berdasarkan taraf signifikan 0.05, pada tabel distribusi F dengan

mengguna

dihasilkan  $F_{tabel}$  sebesar = 3,93

sehingga  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi adalah **signifikan**

## LAMPIRAN 46

### PERHITUNGAN UJI KELINIERAN REGRESI Y ATAS X1

1. Mencari Jumlah Kuadrat Error JK (G)

$$\begin{aligned} JK(G) &= \sum \left\{ \sum Y_k^2 - \frac{\sum Y_k^2}{n_k} \right\} \\ &= 4044,92 \text{ (Lihat tabel Perhitungan JK } G_{(\text{galat})}) \end{aligned}$$

2. Mencari Jumlah Kuadrat Tuna cocok JK (TC)

$$\begin{aligned} JK(TC) &= JK(S) - JK(G) \\ &= 5922,44 - 4044,92 \\ &= 1877,52 \end{aligned}$$

3. Mencari Derajat Kebebasan

$$\begin{aligned} k &= 28 \\ dk_{(TC)} &= k - 2 = 26 \\ dk_{(G)} &= n - k = 85 \end{aligned}$$

4. Mencari rata-rata jumlah kuadrat

$$\begin{aligned} RJK_{(TC)} &= \frac{1877,52}{26} = 72,21 \\ RJK_{(G)} &= \frac{4044,92}{85} = 47,59 \end{aligned}$$

5. Kriteria Pengujian

Tolak  $H_0$  jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka regresi tidak linier  
Terima  $H_0$  jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka regresi linier

6. Pengujian

$$F_{hitung} = \frac{RJK_{(TC)}}{RJK_{(G)}} = \frac{72,21}{47,59} = 1,52$$

7. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan  $F_{hitung} = 1,52$

Berdasarkan taraf signifikan 0,05, pada tabel distribusi F dengan

Menggunakan dk pembilang 26 dan dk penyebut 85 dihasilkan  $F_{tabel}$  sebesar = 2.03

sehingga  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi adalah **linier**

TABEL ANAVA UNTUK UJI KEBERARTIAN DAN UJI KELINIERAN REGRESI

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F <sub>hitung</sub>	F <sub>tabel</sub>
Total	n	$\Sigma Y^2$			
Regresi (a)	1	$\frac{(\Sigma Y)^2}{n}$			Fo > Ft Maka regresi Berarti
Regresi (b/a)	1	b . $\Sigma xy$	$\frac{b \cdot \Sigma xy}{1}$	$\frac{RJK(b/a)}{RJK(res)}$ *)	
Residu	n - 2	Jk (S)	$\frac{JK(S)}{n-2}$		
Tuna Cocok	k - 2	JK (TC)	$\frac{JK (TC)}{k-2}$	$\frac{RJK(TC)}{RJK(G)}$ ns)	Fo < Ft Maka Regresi Linier
Galat Kekeliruan	n - k	JK (G)	$\frac{JK (G)}{n - k}$		

Keterangan : \*) Persamaan regresi berarti karena F<sub>hitung</sub> > F<sub>tabel</sub>

ns) Persamaan regresi linear karena F<sub>hitung</sub> < F<sub>tabel</sub>

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F <sub>hitung</sub>	F <sub>tabel</sub>
Total	113	869212			
Regresi (a)	1	859652,53			3,93
Regresi (b/a)	1	3637,02	3637,02	68,17 *)	
Residu	111	5922,44	53,36		
Tuna Cocok	26	1877,52	72,21	1,52 ns)	2,03
Galat Kekeliruan	85	4044,92	47,59		

Keterangan : \*) Persamaan regresi berarti karena F<sub>hitung</sub> (68,17) > F<sub>tabel</sub> (3,93)

ns) Persamaan regresi linear karena F<sub>hitung</sub> (1,52) < F<sub>tabel</sub> (2,03)

**PERHITUNGAN KOEFISIEN KORELASI  
PRODUCT MOMENT Y ATAS X1**

Mencari Koefisien Korelasi dengan Rumus *Product Moment*

Diketahui :

$$\Sigma x^2 = 9378,16$$

$$\Sigma y^2 = 9559,47$$

$$\Sigma xy = 5840,26$$

$$r_{XY} = \frac{\Sigma xy}{\sqrt{(\Sigma x^2) \cdot (\Sigma y^2)}}$$

$$r_{XY} = \frac{5840,26}{\sqrt{9378,16 \cdot 9559,5}}$$

$$r_{XY} = \frac{5840,26}{9468,3802}$$

$$r_{XY} = 0,617$$

### PERHITUNGAN UJI KEBERARTIAN KOEFSIEN KORELASI (Uji-t) Y ATAS X1

Koefisien Korelasi *Product Moment* (Uji-t)

$$\begin{aligned}
 t_h &= \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\
 &= \frac{0,617 \sqrt{111}}{\sqrt{1-0,380}} \\
 &= \frac{0,617 \times 10,5357}{\sqrt{0,620}} \\
 &= \frac{6,499}{0,7871} \\
 &= 8,256
 \end{aligned}$$

Kesimpulan :

$t_{\text{tabel}}$  pada taraf signifikansi 0,05 dengan dk  $(n-2) = (113-2) = 111$  sebesar 1,66

Kriteria pengujian :

Ho ditolak jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ .

Ho diterima jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ .

Dari hasil pengujian :

$t_{\text{hitung}} [ 8,256 ] > t_{\text{tabel}} (1,66)$ , maka terdapat hubungan yang **signifikan** antara variabel X1 dengan variabel Y

**PERHITUNGAN KOEFISIEN DETERMINASI**

Untuk mencari seberapa besar variasi variabel Y yang ditentukan oleh variabel X1, maka digunakan Koefisien Determinasi dengan rumus :

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r_{XY}^2 \\ &= 0,617^2 \\ &= 0,3805 \\ &= 38,05\% \end{aligned}$$

Dari hasil tersebut diinterpretasikan bahwa keputusan pembelian ditentukan oleh suasana toko sebesar 38,05 %.

**SKOR INDIKATOR DOMINAN VARIABEL Y  
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

SKOR SUB INDIKATOR =

Jumlah skor butir tiap soal sub indikator  
Banyaknya soal sub indikator

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Jumlah Soal	Skor	Persentase
Pengenalan Kebutuhan	Stimuli internal	Diri sendiri	2 soal	$\frac{470+453}{2}$ 461,50	14,67%
	Stimuli eksternal	Pengaruh orang lain (teman)	2 soal	$\frac{453+464}{2}$ 458,50	14,58%
Pencarian Informasi	Sumber pribadi	Teman	2 soal	$\frac{450+447}{2}$ 448,50	14,26%
	Sumber Komersial	Iklan dan <i>Website</i>	9 soal	$\frac{436+441+439+440+435+437+448+441+445}{9}$ 440,22	14,00%
	Sumber pengalaman	Pernah membeli	2 soal	$\frac{436+454}{2}$ 445	14,15%
Evaluasi Alternatif	Memilih antara dua atau lebih alternatif		4 Soal	$\frac{439+444+446+460}{4}$ 447,25	14,22%
Pembelian	Membeli merek yang disukai		2 Soal	$\frac{445+443}{2}$ 444,00	14,12%
<b>Total Skor</b>				<b>3144,97</b>	<b>100%</b>

Dari hasil perhitungan, ke-tujuh indikator tersebut memiliki kontribusi yang relatif seimbang. Sub indikator diri sendiri dalam indikator stimuli internal dengan dimensi pengenalan kebutuhan memiliki pengaruh yang cukup besar dalam proses terjadinya keputusan pembelian

**SKOR INDIKATOR DOMINAN VARIABEL X1  
SUASANA TOKO**

$$\text{SKOR INDIKATOR} = \frac{\text{Jumlah skor butir tiap soal indikator}}{\text{Banyaknya soal indikator}}$$

Indikator	Sub Indikator	Jumlah Soal	Skor	Persentase
Bagian luar toko (exterior)	Logo toko	3 Soal	$\frac{463+458+446}{3}$ 455,7	15,59%
	Pintu masuk toko (push & pull)	6 soal	$\frac{443+422+422+400+406+396}{6}$ 355,5	12,17%
Bagian dalam toko (general interior)	Pencahayaan	4 soal	$\frac{411+403+403+403}{4}$ 405,0	13,86%
	Suhu udara	3 Soal	$\frac{407+422}{2}$ 414,5	14,19%
	Aroma	4 Soal	$\frac{413+430+408+434}{4}$ 421,3	14,42%
Seragam pramuniaga		1 soal	448	15%
Pajangan Barang		1 soal	422	14%
<b>Total Skor</b>			<b>2499,9</b>	<b>100%</b>

Dari hasil perhitungan, ke-tiga indikator tersebut memiliki kontribusi yang relatif seimbang.

Sub indikator logo toko dalam indikator bagian luar toko (exterior) memiliki pengaruh yang cukup besar dalam suasana toko





41	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	93	8649
42	3	3	4	4	4	3	4	2	2	3	2	1	4	3	4	3	4	2	2	4	3	4	3	4	4	4	65	4225
43	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	93	8649
44	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	4	77	5929
45	3	4	3	4	3	2	3	3	2	2	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	67	4489
46	4	4	1	4	4	4	3	4	1	4	1	2	3	2	2	3	2	2	3	2	4	2	4	2	4	3	61	3721
47	4	5	4	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	7744
48	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	4	3	3	2	4	3	4	3	4	3	3	3	3	68	4624
49	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	85	7225
50	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	80	6400
51	4	4	4	3	4	3	3	4	4	2	2	4	4	3	1	3	3	3	4	3	4	3	4	2	4	4	67	4489
52	4	4	4	3	2	2	4	3	1	4	4	2	2	4	4	3	3	3	3	4	3	4	2	4	2	2	66	4356
53	5	4	5	4	4	4	3	4	3	4	5	3	5	4	3	5	4	2	5	2	2	5	2	2	5	81	6561	
54	5	4	4	3	3	4	2	2	5	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	5	4	3	5	4	77	5929	
55	5	4	5	5	3	4	3	4	3	4	5	4	3	5	4	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5	91	8281	
56	5	4	4	5	3	4	2	4	5	2	4	4	5	2	4	1	5	2	3	2	4	1	5	2	4	74	5476	
57	4	3	4	2	2	2	3	1	3	4	1	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	3	4	2	4	64	4096	
58	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	3	2	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	81	6561	
59	4	5	4	4	5	4	2	4	2	3	3	3	3	4	3	5	4	5	4	3	5	3	3	3	5	76	5776	
60	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	86	7396	
61	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	82	6724	
62	4	4	4	3	3	4	4	3	4	1	3	2	4	1	1	4	1	2	4	1	2	2	4	4	4	62	3844	
63	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	89	7921	
64	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	83	6889	
65	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	84	7056	
66	4	4	5	3	4	4	3	4	3	5	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	81	6561	
67	5	5	4	4	4	3	3	3	2	3	4	3	2	5	4	3	4	3	4	3	5	2	3	5	2	74	5476	
68	4	4	3	4	3	4	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	78	6084
69	4	5	4	4	4	5	5	4	3	5	3	4	3	3	4	3	5	3	4	3	4	3	4	3	4	82	6724	
70	4	4	3	4	4	3	4	3	2	3	4	4	2	3	4	4	2	3	2	3	2	3	2	3	4	69	4761	
71	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	96	9216	
72	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	3	5	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	82	6724	
73	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	3	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	97	9409	
74	4	4	3	2	4	3	1	3	4	3	5	5	4	5	4	5	5	3	5	5	3	5	4	4	4	80	6400	
75	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	96	9216	
76	4	4	4	4	2	4	2	1	4	2	5	4	2	4	4	2	4	4	2	4	4	2	4	3	4	69	4761	
77	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	2	4	4	1	3	2	4	3	2	4	4	3	4	4	68	4624	
78	4	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	3	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	5	82	6724	
79	4	5	4	5	4	5	3	2	5	4	2	5	4	2	5	4	4	5	4	5	3	5	4	5	5	86	7396	
80	4	3	2	4	4	4	1	4	2	4	2	4	2	4	3	2	4	3	2	3	3	2	2	2	2	61	3721	



**DATA MENTAH VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN) DAN  
VARIABEL X2 (KUALITAS PELAYANAN)**

No.	VARIABEL X	VARIABEL Y
1	86	84
2	87	89
3	93	93
4	58	71
5	80	80
6	83	83
7	72	67
8	79	73
9	74	89
10	77	81
11	78	80
12	83	83
13	68	71
14	75	88
15	58	89
16	87	89
17	66	71
18	73	90
19	70	71
20	94	96
21	71	90
22	83	76
23	72	90
24	73	76
25	70	87
26	75	76
27	71	86
28	68	71
29	64	82
30	72	89
31	78	87
32	72	75
33	88	97
34	77	82
35	67	81
36	76	76
37	73	75
38	87	101
39	67	81
40	67	86

41	93	97
42	65	86
43	93	93
44	77	88
45	67	75
46	61	81
47	88	91
48	68	79
49	85	94
50	80	89
51	67	73
52	66	92
53	81	81
54	77	90
55	91	88
56	74	93
57	64	76
58	81	82
59	76	97
60	86	90
61	82	86
62	62	88
63	89	91
64	83	77
65	84	97
66	81	91
67	74	97
68	78	84
69	82	99
70	69	82
71	96	95
72	82	95
73	97	102
74	80	99
75	96	104
76	69	84
77	68	79
78	82	93
79	86	86
80	61	99

<b>81</b>	91	103
<b>82</b>	85	88
<b>83</b>	80	80
<b>84</b>	76	97
<b>85</b>	94	102
<b>86</b>	88	88
<b>87</b>	73	73
<b>88</b>	84	98
<b>89</b>	82	103
<b>90</b>	78	97
<b>91</b>	60	90
<b>92</b>	76	75
<b>93</b>	82	95
<b>94</b>	81	103
<b>95</b>	69	70
<b>96</b>	95	94
<b>97</b>	78	93
<b>98</b>	97	100
<b>99</b>	83	86
<b>100</b>	89	93
<b>101</b>	64	77
<b>102</b>	91	99
<b>103</b>	84	106
<b>104</b>	95	94
<b>105</b>	78	79
<b>106</b>	79	94
<b>107</b>	85	93
<b>108</b>	76	86
<b>109</b>	93	102
<b>110</b>	75	92
<b>111</b>	66	85
<b>112</b>	74	81
<b>113</b>	74	75
<b>JUMLAH</b>	<b>8828</b>	<b>9856</b>

### Rekapitulasi Skor Total Instrumen Hasil Penelitian

No. Resp	X	Y	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>	XY
1	86	84	7396	7056	7224
2	87	89	7569	7921	7743
3	93	93	8649	8649	8649
4	58	71	3364	5041	4118
5	80	80	6400	6400	6400
6	83	83	6889	6889	6889
7	72	67	5184	4489	4824
8	79	73	6241	5329	5767
9	74	89	5476	7921	6586
10	77	81	5929	6561	6237
11	78	80	6084	6400	6240
12	83	83	6889	6889	6889
13	68	71	4624	5041	4828
14	75	88	5625	7744	6600
15	58	89	3364	7921	5162
16	87	89	7569	7921	7743
17	66	71	4356	5041	4686
18	73	90	5329	8100	6570
19	70	71	4900	5041	4970
20	94	96	8836	9216	9024
21	71	90	5041	8100	6390
22	83	76	6889	5776	6308
23	72	90	5184	8100	6480
24	73	76	5329	5776	5548
25	70	87	4900	7569	6090
26	75	76	5625	5776	5700
27	71	86	5041	7396	6106
28	68	71	4624	5041	4828
29	64	82	4096	6724	5248
30	72	89	5184	7921	6408
31	78	87	6084	7569	6786
32	72	75	5184	5625	5400
33	88	97	7744	9409	8536
34	77	82	5929	6724	6314
35	67	81	4489	6561	5427
36	76	76	5776	5776	5776
37	73	75	5329	5625	5475
38	87	101	7569	10201	8787
39	67	81	4489	6561	5427
40	67	86	4489	7396	5762

41	93	97	8649	9409	9021
42	65	86	4225	7396	5590
43	93	93	8649	8649	8649
44	77	88	5929	7744	6776
45	67	75	4489	5625	5025
46	61	81	3721	6561	4941
47	88	91	7744	8281	8008
48	68	79	4624	6241	5372
49	85	94	7225	8836	7990
50	80	89	6400	7921	7120
51	67	73	4489	5329	4891
52	66	92	4356	8464	6072
53	81	81	6561	6561	6561
54	77	90	5929	8100	6930
55	91	88	8281	7744	8008
56	74	93	5476	8649	6882
57	64	76	4096	5776	4864
58	81	82	6561	6724	6642
59	76	97	5776	9409	7372
60	86	90	7396	8100	7740
61	82	86	6724	7396	7052
62	62	88	3844	7744	5456
63	89	91	7921	8281	8099
64	83	77	6889	5929	6391
65	84	97	7056	9409	8148
66	81	91	6561	8281	7371
67	74	97	5476	9409	7178
68	78	84	6084	7056	6552
69	82	99	6724	9801	8118
70	69	82	4761	6724	5658
71	96	95	9216	9025	9120
72	82	95	6724	9025	7790
73	97	102	9409	10404	9894
74	80	99	6400	9801	7920
75	96	104	9216	10816	9984
76	69	84	4761	7056	5796
77	68	79	4624	6241	5372
78	82	93	6724	8649	7626
79	86	86	7396	7396	7396
80	61	99	3721	9801	6039



<b>81</b>	91	103	8281	10609	9373
<b>82</b>	85	88	7225	7744	7480
<b>83</b>	80	80	6400	6400	6400
<b>84</b>	76	97	5776	9409	7372
<b>85</b>	94	102	8836	10404	9588
<b>86</b>	88	88	7744	7744	7744
<b>87</b>	73	73	5329	5329	5329
<b>88</b>	84	98	7056	9604	8232
<b>89</b>	82	103	6724	10609	8446
<b>90</b>	78	97	6084	9409	7566
<b>91</b>	60	90	3600	8100	5400
<b>92</b>	76	75	5776	5625	5700
<b>93</b>	82	95	6724	9025	7790
<b>94</b>	81	103	6561	10609	8343
<b>95</b>	69	70	4761	4900	4830
<b>96</b>	95	94	9025	8836	8930
<b>97</b>	78	93	6084	8649	7254
<b>98</b>	97	100	9409	10000	9700
<b>99</b>	83	86	6889	7396	7138
<b>100</b>	89	93	7921	8649	8277
<b>101</b>	64	77	4096	5929	4928
<b>102</b>	91	99	8281	9801	9009
<b>103</b>	84	106	7056	11236	8904
<b>104</b>	95	94	9025	8836	8930
<b>105</b>	78	79	6084	6241	6162
<b>106</b>	79	94	6241	8836	7426
<b>107</b>	85	93	7225	8649	7905
<b>108</b>	76	86	5776	7396	6536
<b>109</b>	93	102	8649	10404	9486
<b>110</b>	75	92	5625	8464	6900
<b>111</b>	66	85	4356	7225	5610
<b>112</b>	74	81	5476	6561	5994
<b>113</b>	74	75	5476	5625	5550
<b>JUMLAH</b>	<b>8828</b>	<b>9856</b>	<b>700046</b>	<b>869212</b>	<b>775591</b>

**PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIANS DAN  
SIMPANGAN BAKU VARIABEL X2 DAN Y**

**1. Rata-rata (X)**

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\Sigma X}{n} \\ &= \frac{8828}{113} \\ &= 78,12\end{aligned}$$

**2. Varians (X)**

$$\begin{aligned}S^2 &= \frac{\Sigma(X-\bar{X})^2}{n-1} \\ &= \frac{10368,27}{112} \\ &= 92,57\end{aligned}$$

**3. Simpangan Baku (X)**

$$\begin{aligned}S &= \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{92,57} \\ &= 9,62\end{aligned}$$

**1. Rata-rata (Y)**

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{\Sigma Y}{n} \\ &= \frac{9856}{113} \\ &= 87,22\end{aligned}$$

**2. Varians (Y)**

$$\begin{aligned}S^2 &= \frac{\Sigma(Y-\bar{Y})^2}{n-1} \\ &= \frac{9559,47}{112} \\ &= 85,35\end{aligned}$$

**3. Simpangan Baku (Y)**

$$\begin{aligned}S &= \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{85,35} \\ &= 9,24\end{aligned}$$

**TABEL PERHITUNGAN RATA-RATA,  
VARIANS DAN SIMPANGAN BAKU, VARIABEL X2 DAN Y**

No.	X	Y	$X - \bar{X}$	$Y - \bar{Y}$	$(X - \bar{X})^2$	$(Y - \bar{Y})^2$
1	86	84	7,88	-3,22	62,03	10,38
2	87	89	8,88	1,78	78,79	3,16
3	93	93	14,88	5,78	221,30	33,39
4	58	71	-20,12	-16,22	404,97	263,13
5	80	80	1,88	-7,22	3,52	52,15
6	83	83	4,88	-4,22	23,78	17,82
7	72	67	-6,12	-20,22	37,50	408,90
8	79	73	0,88	-14,22	0,77	202,24
9	74	89	-4,12	1,78	17,01	3,16
10	77	81	-1,12	-6,22	1,26	38,70
11	78	80	-0,12	-7,22	0,02	52,15
12	83	83	4,88	-4,22	23,78	17,82
13	68	71	-10,12	-16,22	102,49	263,13
14	75	88	-3,12	0,78	9,76	0,61
15	58	89	-20,12	1,78	404,97	3,164
16	87	89	8,88	1,78	78,79	3,164
17	66	71	-12,12	-16,22	146,99	263,13
18	73	90	-5,12	2,78	26,25	7,72
19	70	71	-8,12	-16,22	66,00	263,13
20	94	96	15,88	8,78	252,05	77,07
21	71	90	-7,12	2,78	50,75	7,72
22	83	76	4,88	-11,22	23,78	125,92
23	72	90	-6,12	2,78	37,50	7,72
24	73	76	-5,12	-11,22	26,25	125,92
25	70	87	-8,12	-0,22	66,00	0,05
26	75	76	-3,12	-11,22	9,76	125,92
27	71	86	-7,12	-1,22	50,75	1,49
28	68	71	-10,12	-16,22	102,49	263,13
29	64	82	-14,12	-5,22	199,48	27,26
30	72	89	-6,12	1,78	37,50	3,16
31	78	87	-0,12	-0,22	0,02	0,05
32	72	75	-6,12	-12,22	37,50	149,36
33	88	97	9,88	9,78	97,54	95,62
34	77	82	-1,12	-5,22	1,26	27,26
35	67	81	-11,12	-6,22	123,74	38,70
36	76	76	-2,12	-11,22	4,51	125,92
37	73	75	-5,12	-12,22	26,25	149,36
38	87	101	8,88	13,78	78,79	189,85
39	67	81	-11,12	-6,22	123,74	38,70
40	67	86	-11,12	-1,22	123,74	1,49

41	93	97	14,88	9,78	221,30	95,62
42	65	86	-13,12	-1,22	172,24	1,49
43	93	93	14,88	5,78	221,30	33,39
44	77	88	-1,12	0,78	1,26	0,61
45	67	75	-11,12	-12,22	123,74	149,36
46	61	81	-17,12	-6,22	293,23	38,70
47	88	91	9,88	3,78	97,54	14,28
48	68	79	-10,12	-8,22	102,49	67,59
49	85	94	6,88	6,78	47,28	45,95
50	80	89	1,88	1,78	3,52	3,16
51	67	73	-11,12	-14,22	123,74	202,24
52	66	92	-12,12	4,78	146,99	22,84
53	81	81	2,88	-6,22	8,27	38,70
54	77	90	-1,12	2,78	1,26	7,72
55	91	88	12,88	0,78	165,79	0,61
56	74	93	-4,12	5,78	17,01	33,39
57	64	76	-14,12	-11,22	199,48	125,92
58	81	82	2,88	-5,22	8,27	27,26
59	76	97	-2,12	9,78	4,51	95,62
60	86	90	7,88	2,78	62,03	7,72
61	82	86	3,88	-1,22	15,02	1,49
62	62	88	-16,12	0,78	259,98	0,61
63	89	91	10,88	3,78	118,29	14,28
64	83	77	4,88	-10,22	23,78	104,47
65	84	97	5,88	9,78	34,53	95,62
66	81	91	2,88	3,78	8,27	14,28
67	74	97	-4,12	9,78	17,01	95,62
68	78	84	-0,12	-3,22	0,02	10,38
69	82	99	3,88	11,78	15,02	138,74
70	69	82	-9,12	-5,22	83,25	27,26
71	96	95	17,88	7,78	319,56	60,51
72	82	95	3,88	7,78	15,02	60,51
73	97	102	18,88	14,78	356,31	218,41
74	80	99	1,88	11,78	3,52	138,74
75	96	104	17,88	16,78	319,56	281,53
76	69	84	-9,12	-3,22	83,25	10,38
77	68	79	-10,12	-8,22	102,49	67,59
78	82	93	3,88	5,78	15,02	33,39
79	86	86	7,88	-1,22	62,03	1,49
80	61	99	-17,12	11,78	293,23	138,74

81	91	103	12,88	15,78	165,79	248,97
82	85	88	6,88	0,78	47,28	0,61
83	80	80	1,88	-7,22	3,52	52,15
84	76	97	-2,12	9,78	4,51	95,62
85	94	102	15,88	14,78	252,05	218,41
86	88	88	9,88	0,78	97,54	0,61
87	73	73	-5,12	-14,22	26,25	202,24
88	84	98	5,88	10,78	34,53	116,18
89	82	103	3,88	15,78	15,02	248,97
90	78	97	-0,12	9,78	0,02	95,62
91	60	90	-18,12	2,78	328,48	7,72
92	76	75	-2,12	-12,22	4,51	149,36
93	82	95	3,88	7,78	15,02	60,51
94	81	103	2,88	15,78	8,27	248,97
95	69	70	-9,12	-17,22	83,25	296,57
96	95	94	16,88	6,78	284,80	45,95
97	78	93	-0,12	5,78	0,02	33,39
98	97	100	18,88	12,78	356,31	163,30
99	83	86	4,88	-1,22	23,78	1,49
100	89	93	10,88	5,78	118,29	33,39
101	64	77	-14,12	-10,22	199,48	104,47
102	91	99	12,88	11,78	165,79	138,74
103	84	106	5,88	18,78	34,53	352,64
104	95	94	16,88	6,78	284,80	45,95
105	78	79	-0,12	-8,22	0,02	67,59
106	79	94	0,88	6,78	0,77	45,95
107	85	93	6,88	5,78	47,28	33,39
108	76	86	-2,12	-1,22	4,51	1,49
109	93	102	14,88	14,78	221,30	218,41
110	75	92	-3,12	4,78	9,76	22,84
111	66	85	-12,12	-2,22	146,99	4,93
112	74	81	-4,12	-6,22	17,01	38,70
113	74	75	-4,12	-12,22	17,01	149,36
<b>Jumlah</b>	<b>8828</b>	<b>9856</b>			<b>10368,27</b>	<b>9559,47</b>

## Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram KUALITAS PELAYANAN

### 1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 97 - 58 \\ &= 39 \end{aligned}$$

### 2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

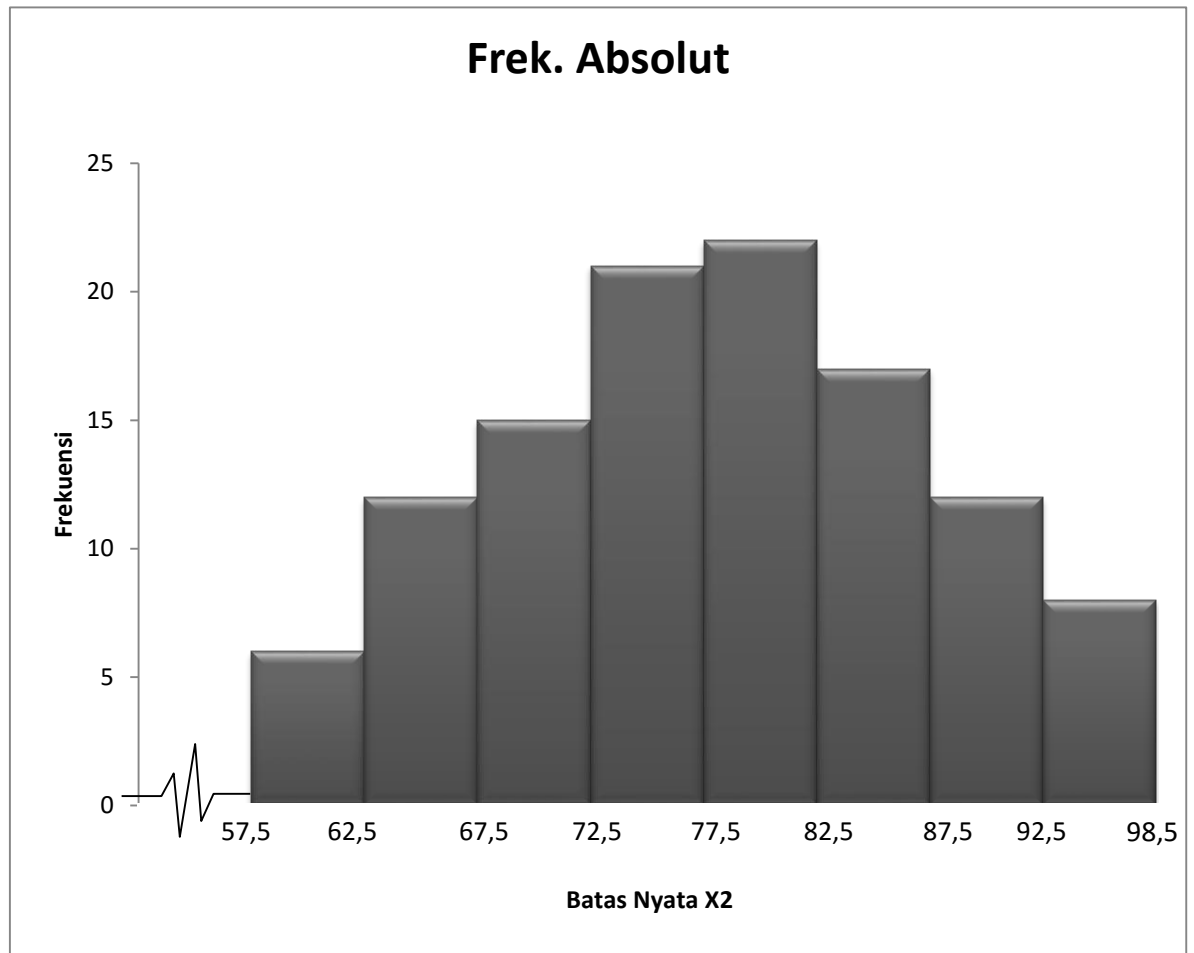
$$\begin{aligned} K &= 1 + (3.3) \text{Log } n \\ &= 1 + (3.3) \log 113 \\ &= 1 + (3.3) \cdot 2,053078 \\ &= 7,7366 \\ &= 7.74 \text{ (ditetapkan menjadi 8)} \end{aligned}$$

### 3. Panjang Kelas Interval (KI)

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{39}{8} = 4,88 \quad (\text{ditetapkan menjadi 5}) \end{aligned}$$

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
58	-	62	57,5	62,5	6	5,3%
63	-	67	62,5	67,5	12	10,6%
68	-	72	67,5	72,5	15	13,3%
73	-	77	72,5	77,5	21	18,6%
78	-	82	77,5	82,5	22	19,5%
83	-	87	82,5	87,5	17	15,0%
88	-	92	87,5	92,5	12	10,6%
93	-	97	92,5	97,5	8	7,1%
Jumlah					113	100%

**GRAFIK HISTOGRAM  
VARIABEL X2 (KUALITAS PELAYANAN)**



## PERHITUNGAN PERSAMAAN REGRESI LINEAR SEDERHANA

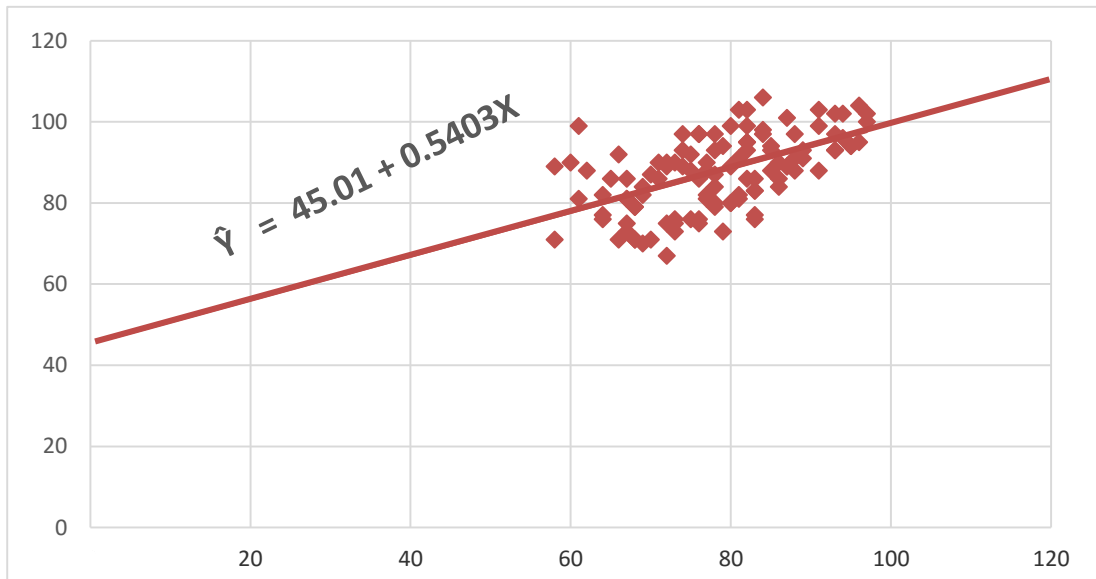
$$\hat{Y} = a + bX$$

$$\begin{aligned}
 n &= 113 & \Sigma X^2 &= 700046 \\
 \Sigma XY &= 775591 & \Sigma Y^2 &= 869212 \\
 \Sigma X &= 8828 \\
 \Sigma Y &= 9856 & \bar{Y} &= \frac{\Sigma Y}{n} = \frac{9856}{113} = 87,22 \\
 & & \bar{X} &= \frac{\Sigma X}{n} = \frac{8828}{113} = 78,12 \\
 \\
 \Sigma x^2 &= \Sigma X^2 - \frac{(\Sigma X)^2}{n} & \Sigma xy &= \Sigma XY - \frac{(\Sigma X)(\Sigma Y)}{n} \\
 &= 700046 - \frac{77933584}{113} & &= 775591 - \frac{87008768}{113} \\
 &= 10368,27 & &= 5601,90 \\
 \\
 \Sigma y^2 &= \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n} \\
 &= 869212 - \frac{97140736}{113} \\
 &= 9559,47 \\
 \\
 b &= \frac{\Sigma xy}{\Sigma x^2} & a &= \bar{Y} - b\bar{X} \\
 &= \frac{5601,90}{10368,27} & &= 87,22 - (0,54 \times 78,12) \\
 &= 0,5403 & &= 45,01 \\
 &= \mathbf{0,5403}
 \end{aligned}$$

Jadi Persamaan Regresi adalah  $\hat{Y} = 45.01 + 0.5403X$



## GRAFIK PERSAMAAN REGRESI



**Tabel Untuk Menghitung  $Y = a + bX$** 

<b>n</b>	<b>X</b>	<b><math>\hat{Y} = 45.01 + 0.5403X</math></b>				<b><math>\hat{Y}</math></b>	
1	86	45,01	+	0,54	.	86	91,48
2	87	45,01	+	0,54	.	87	92,02
3	93	45,01	+	0,54	.	93	95,26
4	58	45,01	+	0,54	.	58	76,35
5	80	45,01	+	0,54	.	80	88,23
6	83	45,01	+	0,54	.	83	89,86
7	72	45,01	+	0,54	.	72	83,91
8	79	45,01	+	0,54	.	79	87,69
9	74	45,01	+	0,54	.	74	84,99
10	77	45,01	+	0,54	.	77	86,61
11	78	45,01	+	0,54	.	78	87,15
12	83	45,01	+	0,54	.	83	89,86
13	68	45,01	+	0,54	.	68	81,75
14	75	45,01	+	0,54	.	75	85,53
15	58	45,01	+	0,54	.	58	76,35
16	87	45,01	+	0,54	.	87	92,02
17	66	45,01	+	0,54	.	66	80,67
18	73	45,01	+	0,54	.	73	84,45
19	70	45,01	+	0,54	.	70	82,83
20	94	45,01	+	0,54	.	94	95,80
21	71	45,01	+	0,54	.	71	83,37
22	83	45,01	+	0,54	.	83	89,86
23	72	45,01	+	0,54	.	72	83,91
24	73	45,01	+	0,54	.	73	84,45
25	70	45,01	+	0,54	.	70	82,83
26	75	45,01	+	0,54	.	75	85,53
27	71	45,01	+	0,54	.	71	83,37
28	68	45,01	+	0,54	.	68	81,75
29	64	45,01	+	0,54	.	64	79,59
30	72	45,01	+	0,54	.	72	83,91
31	78	45,01	+	0,54	.	78	87,15
32	72	45,01	+	0,54	.	72	83,91
33	88	45,01	+	0,54	.	88	92,56
34	77	45,01	+	0,54	.	77	86,61
35	67	45,01	+	0,54	.	67	81,21
36	76	45,01	+	0,54	.	76	86,07
37	73	45,01	+	0,54	.	73	84,45
38	87	45,01	+	0,54	.	87	92,02
39	67	45,01	+	0,54	.	67	81,21
40	67	45,01	+	0,54	.	67	81,21

41	93	45,01	+	0,54	.	93	95,26
42	65	45,01	+	0,54	.	65	80,13
43	93	45,01	+	0,54	.	93	95,26
44	77	45,01	+	0,54	.	77	86,61
45	67	45,01	+	0,54	.	67	81,21
46	61	45,01	+	0,54	.	61	77,97
47	88	45,01	+	0,54	.	88	92,56
48	68	45,01	+	0,54	.	68	81,75
49	85	45,01	+	0,54	.	85	90,94
50	80	45,01	+	0,54	.	80	88,23
51	67	45,01	+	0,54	.	67	81,21
52	66	45,01	+	0,54	.	66	80,67
53	81	45,01	+	0,54	.	81	88,78
54	77	45,01	+	0,54	.	77	86,61
55	91	45,01	+	0,54	.	91	94,18
56	74	45,01	+	0,54	.	74	84,99
57	64	45,01	+	0,54	.	64	79,59
58	81	45,01	+	0,54	.	81	88,78
59	76	45,01	+	0,54	.	76	86,07
60	86	45,01	+	0,54	.	86	91,48
61	82	45,01	+	0,54	.	82	89,32
62	62	45,01	+	0,54	.	62	78,51
63	89	45,01	+	0,54	.	89	93,10
64	83	45,01	+	0,54	.	83	89,86
65	84	45,01	+	0,54	.	84	90,40
66	81	45,01	+	0,54	.	81	88,78
67	74	45,01	+	0,54	.	74	84,99
68	78	45,01	+	0,54	.	78	87,15
69	82	45,01	+	0,54	.	82	89,32
70	69	45,01	+	0,54	.	69	82,29
71	96	45,01	+	0,54	.	96	96,88
72	82	45,01	+	0,54	.	82	89,32
73	97	45,01	+	0,54	.	97	97,42
74	80	45,01	+	0,54	.	80	88,23
75	96	45,01	+	0,54	.	96	96,88
76	69	45,01	+	0,54	.	69	82,29
77	68	45,01	+	0,54	.	68	81,75
78	82	45,01	+	0,54	.	82	89,32
79	86	45,01	+	0,54	.	86	91,48
80	61	45,01	+	0,54	.	61	77,97

<b>81</b>	91	45,01	+	0,54	.	91	94,18
<b>82</b>	85	45,01	+	0,54	.	85	90,94
<b>83</b>	80	45,01	+	0,54	.	80	88,23
<b>84</b>	76	45,01	+	0,54	.	76	86,07
<b>85</b>	94	45,01	+	0,54	.	94	95,80
<b>86</b>	88	45,01	+	0,54	.	88	92,56
<b>87</b>	73	45,01	+	0,54	.	73	84,45
<b>88</b>	84	45,01	+	0,54	.	84	90,40
<b>89</b>	82	45,01	+	0,54	.	82	89,32
<b>90</b>	78	45,01	+	0,54	.	78	87,15
<b>91</b>	60	45,01	+	0,54	.	60	77,43
<b>92</b>	76	45,01	+	0,54	.	76	86,07
<b>93</b>	82	45,01	+	0,54	.	82	89,32
<b>94</b>	81	45,01	+	0,54	.	81	88,78
<b>95</b>	69	45,01	+	0,54	.	69	82,29
<b>96</b>	95	45,01	+	0,54	.	95	96,34
<b>97</b>	78	45,01	+	0,54	.	78	87,15
<b>98</b>	97	45,01	+	0,54	.	97	97,42
<b>99</b>	83	45,01	+	0,54	.	83	89,86
<b>100</b>	89	45,01	+	0,54	.	89	93,10
<b>101</b>	64	45,01	+	0,54	.	64	79,59
<b>102</b>	91	45,01	+	0,54	.	91	94,18
<b>103</b>	84	45,01	+	0,54	.	84	90,40
<b>104</b>	95	45,01	+	0,54	.	95	96,34
<b>105</b>	78	45,01	+	0,54	.	78	87,15
<b>106</b>	79	45,01	+	0,54	.	79	87,69
<b>107</b>	85	45,01	+	0,54	.	85	90,94
<b>108</b>	76	45,01	+	0,54	.	76	86,07
<b>109</b>	93	45,01	+	0,54	.	93	95,26
<b>110</b>	75	45,01	+	0,54	.	75	85,53
<b>111</b>	66	45,01	+	0,54	.	66	80,67
<b>112</b>	74	45,01	+	0,54	.	74	84,99
<b>113</b>	74	45,01	+	0,54	.	74	84,99

**TABEL PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIANS DAN SIMPANGAN BAKU  
REGRESI  $\hat{Y} = 45.01 + 0.5403X$**

No.	X	Y	$\hat{Y}$	$(Y - \hat{Y})$	$(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}$	$[(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}]^2$
1	58	71	76,35	-5,35	-5,35	28,61
2	58	89	76,35	12,65	12,65	160,06
3	60	90	77,43	12,57	12,57	158,03
4	61	81	77,97	3,03	3,03	9,19
5	61	99	77,97	21,03	21,03	442,29
6	62	88	78,51	9,49	9,49	90,07
7	64	82	79,59	2,41	2,41	5,81
8	64	76	79,59	-3,59	-3,59	12,89
9	64	77	79,59	-2,59	-2,59	6,71
10	65	86	80,13	5,87	5,87	34,45
11	66	71	80,67	-9,67	-9,67	93,52
12	66	92	80,67	11,33	11,33	128,35
13	66	85	80,67	4,33	4,33	18,74
14	67	81	81,21	-0,21	-0,21	0,04
15	67	81	81,21	-0,21	-0,21	0,04
16	67	86	81,21	4,79	4,79	22,93
17	67	75	81,21	-6,21	-6,21	38,58
18	67	73	81,21	-8,21	-8,21	67,42
19	68	71	81,75	-10,75	-10,75	115,59
20	68	71	81,75	-10,75	-10,75	115,59
21	68	79	81,75	-2,75	-2,75	7,57
22	68	79	81,75	-2,75	-2,75	7,57
23	69	82	82,29	-0,29	-0,29	0,09
24	69	84	82,29	1,71	1,71	2,92
25	69	70	82,29	-12,29	-12,29	151,08
26	70	71	82,83	-11,83	-11,83	140,00
27	70	87	82,83	4,17	4,17	17,37
28	71	90	83,37	6,63	6,63	43,93
29	71	86	83,37	2,63	2,63	6,91
30	72	67	83,91	-16,91	-16,91	286,03
31	72	90	83,91	6,09	6,09	37,06
32	72	89	83,91	5,09	5,09	25,88
33	72	75	83,91	-8,91	-8,91	79,43
34	73	90	84,45	5,55	5,55	30,77
35	73	76	84,45	-8,45	-8,45	71,45
36	73	75	84,45	-9,45	-9,45	89,36
37	73	73	84,45	-11,45	-11,45	131,17
38	74	89	84,99	4,01	4,01	16,06
39	74	93	84,99	8,01	8,01	64,11
40	74	97	84,99	12,01	12,01	144,16

41	74	81	84,99	-3,99	-3,99	15,95
42	74	75	84,99	-9,99	-9,99	99,86
43	75	88	85,53	2,47	2,47	6,08
44	75	76	85,53	-9,53	-9,53	90,89
45	75	92	85,53	6,47	6,47	41,82
46	76	76	86,07	-10,07	-10,07	101,48
47	76	97	86,07	10,93	10,93	119,38
48	76	97	86,07	10,93	10,93	119,38
49	76	75	86,07	-11,07	-11,07	122,63
50	76	86	86,07	-0,07	-0,07	0,01
51	77	81	86,61	-5,61	-5,61	31,52
52	77	82	86,61	-4,61	-4,61	21,29
53	77	88	86,61	1,39	1,39	1,92
54	77	90	86,61	3,39	3,39	11,46
55	78	80	87,15	-7,15	-7,15	51,18
56	78	87	87,15	-0,15	-0,15	0,02
57	78	84	87,15	-3,15	-3,15	9,95
58	78	97	87,15	9,85	9,85	96,94
59	78	93	87,15	5,85	5,85	34,17
60	78	79	87,15	-8,15	-8,15	66,49
61	79	73	87,69	-14,69	-14,69	215,93
62	79	94	87,69	6,31	6,31	39,76
63	80	80	88,23	-8,23	-8,23	67,81
64	80	89	88,23	0,77	0,77	0,59
65	80	99	88,23	10,77	10,77	115,89
66	80	80	88,23	-8,23	-8,23	67,81
67	81	81	88,78	-7,78	-7,78	60,45
68	81	82	88,78	-6,78	-6,78	45,90
69	81	91	88,78	2,22	2,22	4,95
70	81	103	88,78	14,22	14,22	202,35
71	82	86	89,32	-3,32	-3,32	10,99
72	82	99	89,32	9,68	9,68	93,79
73	82	95	89,32	5,68	5,68	32,31
74	82	93	89,32	3,68	3,68	13,58
75	82	103	89,32	13,68	13,68	187,27
76	82	95	89,32	5,68	5,68	32,31
77	83	83	89,86	-6,86	-6,86	47,00
78	83	83	89,86	-6,86	-6,86	47,00
79	83	76	89,86	-13,86	-13,86	191,98
80	83	77	89,86	-12,86	-12,86	165,27

<b>81</b>	83	86	89,86	-3,86	-3,86	14,87
<b>82</b>	84	97	90,40	6,60	6,60	43,61
<b>83</b>	84	98	90,40	7,60	7,60	57,82
<b>84</b>	84	106	90,40	15,60	15,60	243,48
<b>85</b>	85	94	90,94	3,06	3,06	9,39
<b>86</b>	85	88	90,94	-2,94	-2,94	8,62
<b>87</b>	85	93	90,94	2,06	2,06	4,26
<b>88</b>	86	84	91,48	-7,48	-7,48	55,90
<b>89</b>	86	90	91,48	-1,48	-1,48	2,18
<b>90</b>	86	86	91,48	-5,48	-5,48	29,99
<b>91</b>	87	89	92,02	-3,02	-3,02	9,10
<b>92</b>	87	89	92,02	-3,02	-3,02	9,10
<b>93</b>	87	101	92,02	8,98	8,98	80,70
<b>94</b>	88	97	92,56	4,44	4,44	19,74
<b>95</b>	88	91	92,56	-1,56	-1,56	2,42
<b>96</b>	88	88	92,56	-4,56	-4,56	20,77
<b>97</b>	89	91	93,10	-2,10	-2,10	4,40
<b>98</b>	89	93	93,10	-0,10	-0,10	0,01
<b>99</b>	91	88	94,18	-6,18	-6,18	38,17
<b>100</b>	91	103	94,18	8,82	8,82	77,83
<b>101</b>	91	99	94,18	4,82	4,82	23,25
<b>102</b>	93	93	95,26	-2,26	-2,26	5,10
<b>103</b>	93	97	95,26	1,74	1,74	3,03
<b>104</b>	93	93	95,26	-2,26	-2,26	5,10
<b>105</b>	93	102	95,26	6,74	6,74	45,45
<b>106</b>	94	96	95,80	0,20	0,20	0,04
<b>107</b>	94	102	95,80	6,20	6,20	38,45
<b>108</b>	95	94	96,34	-2,34	-2,34	5,47
<b>109</b>	95	94	96,34	-2,34	-2,34	5,47
<b>110</b>	96	95	96,88	-1,88	-1,88	3,53
<b>111</b>	96	104	96,88	7,12	7,12	50,70
<b>112</b>	97	102	97,42	4,58	4,58	20,98
<b>113</b>	97	100	97,42	2,58	2,58	6,66
<b>Jumlah</b>	<b>8828</b>	<b>9856</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>6532,80</b>

**PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIAN, SIMPANGAN BAKU**

**REGRESI  $\hat{Y} = 45.01 + 0.5403X$**

$$\begin{aligned}
 1. \text{ Rata-rata} &= \overline{Y - \hat{Y}} = \frac{\Sigma(Y - \hat{Y})}{n} \\
 &= \frac{0,00}{113} \\
 &= 0,000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 2. \text{ Varians} &= S^2 = \frac{\Sigma\{(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}\}^2}{n - 1} \\
 &= \frac{6532,80}{112} \\
 &= 58,33
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 3. \text{ Simpangan Baku} &= S = \sqrt{S^2} \\
 &= \sqrt{58,33} \\
 &= 7,64
 \end{aligned}$$



**PERHITUNGAN NORMALITAS GALAT TAKSIRAN REGRESI Y ATAS X2**  
**REGRESI  $\hat{Y} = 45.01 + 0.5403X$**

No.	$(Y - \hat{Y})$	$(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}$	Zi	Zt	F(zi)	S(zi)	F(zi) - S(zi)
1	-16,91	-16,91	-2,214	0,4864	0,014	0,0088	0,0048
2	-14,69	-14,69	-1,923	0,4726	0,027	0,0177	0,0097
3	-13,86	-13,86	-1,815	0,4649	0,035	0,0265	0,0086
4	-12,86	-12,86	-1,684	0,4535	0,047	0,0354	0,0111
5	-12,29	-12,29	-1,609	0,4452	0,055	0,0442	0,0106
6	-11,83	-11,83	-1,549	0,4382	0,062	0,0531	0,0087
7	-11,45	-11,45	-1,499	0,4319	0,068	0,0619	0,0062
8	-11,07	-11,07	-1,449	0,4251	0,075	0,0708	0,0041
9	-10,75	-10,75	-1,408	0,4192	0,081	0,0796	0,0012
10	-10,75	-10,75	-1,408	0,4192	0,081	0,0885	0,0077
11	-10,07	-10,07	-1,319	0,4049	0,095	0,0973	0,0022
12	-9,99	-9,99	-1,308	0,4032	0,097	0,1062	0,0094
13	-9,67	-9,67	-1,266	0,3962	0,104	0,1150	0,0112
14	-9,53	-9,53	-1,248	0,3925	0,108	0,1239	0,0164
15	-9,45	-9,45	-1,237	0,3907	0,109	0,1327	0,0234
16	-8,91	-8,91	-1,167	0,3770	0,123	0,1416	0,0186
17	-8,45	-8,45	-1,106	0,3643	0,136	0,1504	0,0147
18	-8,23	-8,23	-1,078	0,3577	0,142	0,1593	0,0170
19	-8,23	-8,23	-1,078	0,3577	0,142	0,1681	0,0258
20	-8,21	-8,21	-1,075	0,3577	0,142	0,1770	0,0347
21	-8,15	-8,15	-1,067	0,3554	0,145	0,1858	0,0412
22	-7,78	-7,78	-1,019	0,3438	0,156	0,1947	0,0385
23	-7,48	-7,48	-0,979	0,3340	0,166	0,2035	0,0375
24	-7,15	-7,15	-0,936	0,3238	0,176	0,2124	0,0362
25	-6,86	-6,86	-0,898	0,3133	0,187	0,2212	0,0345
26	-6,86	-6,86	-0,898	0,3133	0,187	0,2301	0,0434
27	-6,78	-6,78	-0,888	0,3106	0,189	0,2389	0,0495
28	-6,21	-6,21	-0,813	0,2910	0,209	0,2478	0,0388
29	-6,18	-6,18	-0,809	0,2881	0,212	0,2566	0,0447
30	-5,61	-5,61	-0,735	0,2673	0,233	0,2655	0,0328
31	-5,48	-5,48	-0,718	0,2612	0,239	0,2743	0,0355
32	-5,35	-5,35	-0,701	0,2580	0,242	0,2832	0,0412
33	-4,61	-4,61	-0,604	0,2258	0,274	0,2920	0,0178
34	-4,56	-4,56	-0,597	0,2224	0,278	0,3009	0,0233
35	-3,99	-3,99	-0,522	0,1985	0,302	0,3097	0,0082
36	-3,86	-3,86	-0,505	0,1915	0,309	0,3186	0,0101
37	-3,59	-3,59	-0,470	0,1808	0,319	0,3274	0,0082
38	-3,32	-3,32	-0,435	0,1664	0,334	0,3363	0,0027
39	-3,15	-3,15	-0,412	0,1591	0,341	0,3451	0,0042
40	-3,02	-3,02	-0,395	0,1517	0,348	0,3540	0,0057

41	-3,02	-3,02	-0,395	0,1517	0,348	0,3628	0,0145
42	-2,94	-2,94	-0,385	0,1480	0,352	0,3717	0,0197
43	-2,75	-2,75	-0,360	0,1406	0,359	0,3805	0,0211
44	-2,75	-2,75	-0,360	0,1406	0,359	0,3894	0,0300
45	-2,59	-2,59	-0,339	0,1293	0,371	0,3982	0,0275
46	-2,34	-2,34	-0,306	0,1179	0,382	0,4071	0,0250
47	-2,34	-2,34	-0,306	0,1179	0,382	0,4159	0,0338
48	-2,26	-2,26	-0,296	0,1141	0,386	0,4248	0,0389
49	-2,26	-2,26	-0,296	0,1141	0,386	0,4336	0,0477
50	-2,10	-2,10	-0,275	0,1064	0,394	0,4425	0,0489
51	-1,88	-1,88	-0,246	0,0948	0,405	0,4513	0,0461
52	-1,56	-1,56	-0,204	0,0793	0,421	0,4602	0,0395
53	-1,48	-1,48	-0,194	0,0754	0,425	0,4690	0,0444
54	-0,29	-0,29	-0,038	0,0120	0,488	0,4779	0,0101
55	-0,21	-0,21	-0,027	0,0080	0,492	0,4867	0,0053
56	-0,21	-0,21	-0,027	0,0080	0,492	0,4956	0,0036
57	-0,15	-0,15	-0,020	0,0040	0,496	0,5044	0,0084
58	-0,10	-0,10	-0,013	0,0040	0,496	0,5133	0,0173
59	-0,07	-0,07	-0,009	0,0000	0,500	0,5221	0,0221
60	0,20	0,20	0,026	0,0080	0,508	0,5310	0,0230
61	0,77	0,77	0,101	0,0398	0,540	0,5398	0,0000
62	1,39	1,39	0,182	0,0714	0,571	0,5487	0,0227
63	1,71	1,71	0,224	0,0871	0,587	0,5575	0,0296
64	1,74	1,74	0,228	0,0871	0,587	0,5664	0,0207
65	2,06	2,06	0,270	0,1026	0,603	0,5752	0,0274
66	2,22	2,22	0,291	0,1141	0,614	0,5841	0,0300
67	2,41	2,41	0,316	0,1217	0,622	0,5929	0,0288
68	2,47	2,47	0,323	0,1255	0,626	0,6018	0,0237
69	2,58	2,58	0,338	0,1293	0,629	0,6106	0,0187
70	2,63	2,63	0,344	0,1331	0,633	0,6195	0,0136
71	3,03	3,03	0,397	0,1517	0,652	0,6283	0,0234
72	3,06	3,06	0,401	0,1554	0,655	0,6372	0,0182
73	3,39	3,39	0,444	0,1700	0,670	0,6460	0,0240
74	3,68	3,68	0,482	0,1844	0,684	0,6549	0,0295
75	4,01	4,01	0,525	0,1985	0,699	0,6637	0,0348
76	4,17	4,17	0,546	0,2054	0,705	0,6726	0,0328
77	4,33	4,33	0,567	0,2123	0,712	0,6814	0,0309
78	4,44	4,44	0,581	0,2190	0,719	0,6903	0,0287
79	4,58	4,58	0,600	0,2224	0,722	0,6991	0,0233
80	4,79	4,79	0,627	0,2324	0,732	0,7080	0,0244

81	4,82	4,82	0,631	0,2357	0,736	0,7168	0,0189
82	5,09	5,09	0,666	0,2454	0,745	0,7257	0,0197
83	5,55	5,55	0,727	0,2642	0,764	0,7345	0,0297
84	5,68	5,68	0,744	0,2704	0,770	0,7434	0,0270
85	5,68	5,68	0,744	0,2704	0,770	0,7522	0,0182
86	5,85	5,85	0,766	0,2764	0,776	0,7611	0,0153
87	5,87	5,87	0,769	0,2764	0,776	0,7699	0,0065
88	6,09	6,09	0,797	0,2852	0,785	0,7788	0,0064
89	6,20	6,20	0,812	0,2910	0,791	0,7876	0,0034
90	6,31	6,31	0,826	0,2939	0,794	0,7965	0,0026
91	6,47	6,47	0,847	0,2996	0,800	0,8053	0,0057
92	6,60	6,60	0,864	0,3051	0,805	0,8142	0,0091
93	6,63	6,63	0,868	0,3051	0,805	0,8230	0,0179
94	6,74	6,74	0,883	0,3106	0,811	0,8319	0,0213
95	7,12	7,12	0,932	0,3238	0,824	0,8407	0,0169
96	7,60	7,60	0,995	0,3389	0,839	0,8496	0,0107
97	8,01	8,01	1,049	0,3508	0,851	0,8584	0,0076
98	8,82	8,82	1,155	0,3749	0,875	0,8673	0,0076
99	8,98	8,98	1,176	0,3790	0,879	0,8761	0,0029
100	9,49	9,49	1,243	0,3925	0,893	0,8850	0,0075
101	9,68	9,68	1,267	0,3962	0,896	0,8938	0,0024
102	9,85	9,85	1,290	0,3997	0,900	0,9027	0,0030
103	10,77	10,77	1,410	0,4207	0,921	0,9115	0,0092
104	10,93	10,93	1,431	0,4236	0,924	0,9204	0,0032
105	10,93	10,93	1,431	0,4236	0,924	0,9292	0,0056
106	11,33	11,33	1,484	0,4306	0,931	0,9381	0,0075
107	12,01	12,01	1,573	0,4418	0,942	0,9469	0,0051
108	12,57	12,57	1,646	0,4495	0,950	0,9558	0,0063
109	12,65	12,65	1,656	0,4505	0,951	0,9646	0,0141
110	13,68	13,68	1,791	0,4633	0,963	0,9735	0,0102
111	14,22	14,22	1,862	0,4688	0,969	0,9823	0,0135
112	15,60	15,60	2,043	0,4793	0,979	0,9912	0,0119
113	21,03	21,03	2,754	0,4970	0,997	1,0000	0,0030

Dari perhitungan, didapat nilai  $L_{hitung}$  terbesar = 0,0495  $L_{tabel}$  untuk  $n = 113$  dengan taraf signifikan 0,05 adalah 0,0833.  $L_{hitung} < L_{tabel}$ . Dengan demikian dapat disimpulkan data berdistribusi Normal.

**LANGKAH PERHITUNGAN UJI NORMALITAS GALAT TAKSIRAN REGRESI Y ATAS X2**

$$\hat{Y} = 45.01 + 0.5403X$$

Disertai contoh perhitungan untuk no. 1 (pada tabel normalitas)

1. Kolom  $Y - \hat{Y}$ 

Data diurutkan dari data yang terkecil sampai yang terbesar

2. Kolom  $(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}$ 

Mengikuti kolom  $Y - \hat{Y}$

3. Kolom  $Z_i$  untuk  $i = 1$ 

$$Z_i = \frac{\{(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}\}}{S} = \frac{-16,91}{7,64} = -2,214$$

4. Kolom  $Z_t$ 

Nilai  $Z_t$  dikonsultasikan pada daftar F, misalnya :

Cari	-2,21	diperoleh $Z_t =$	0,4864	
Untuk $Z_i =$	-2,214	, maka $F(z_i) =$	0,5	- 0,4864 = 0,0136

5. Kolom  $F(z_i)$ 

Jika  $Z_i$  negatif, maka  $F(z_i) = 0,5 - Z_t$

Jika  $Z_i$  positif, maka  $F(z_i) = 0,5 + Z_t$

6. Kolom  $S(z_i) = \frac{\text{Nomor Responden}}{\text{Jumlah Responden}}$ 

$$\text{Kolom } S(z_i) = \frac{1}{113} = 0,0088$$

7. Kolom  $|F(z_i) - S(z_i)|$ 

Nilai mutlak antara  $F(z_i) - S(z_i)$

$$= |0,0136 - 0,0088| = 0,0048$$

Merupakan harga mutlak dan selisih  $F(Z_i)$  dan  $S(Z_i)$

## PERHITUNGAN JK (G) Y ATAS X2

No.	K	n	X	Y	Y <sup>2</sup>	XY	ΣY <sup>2</sup>	(ΣY)	(ΣY) <sup>2</sup>	$\frac{(\Sigma Y)^2}{nK}$	$\left\{ \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{nK} \right\}$
1	I	2	58	71	5041	4118	12962	160	25600	12.800,00	162,00
2			58	89	7921	5162					
3		1	60	90	8100	5400					
4	II	2	61	81	6561	4941	16362	180	32400	16.200,00	162,00
5			61	99	9801	6039					
6		1	62	88	7744	5456					
7	III	3	64	82	6724	5248	18429	235	55225	18.408,33	20,67
8			64	76	5776	4864					
9			64	77	5929	4928					
10		1	65	86	7396	5590					
11	IV	3	66	71	5041	4686	20730	248	61504	20.501,33	228,67
12			66	92	8464	6072					
13			66	85	7225	5610					
14	V	5	67	81	6561	5427	31472	396	156816	31.363,20	108,80
15			67	81	6561	5427					
16			67	86	7396	5762					
17			67	75	5625	5025					
18			67	73	5329	4891					
19	VI	4	68	71	5041	4828	22564	300	90000	22.500,00	64,00
20			68	71	5041	4828					
21			68	79	6241	5372					
22			68	79	6241	5372					
23	VII	3	69	82	6724	5658	18680	236	55696	18.565,33	114,67
24			69	84	7056	5796					
25			69	70	4900	4830					
26	VIII	2	70	71	5041	4970	12610	158	24964	12.482,00	128,00
27			70	87	7569	6090					
28	IX	2	71	90	8100	6390	15496	176	30976	15.488,00	8,00
29			71	86	7396	6106					
30		4	72	67	4489	4824	26135	321	103041	25.760,25	374,75
31	X		72	90	8100	6480					
32			72	89	7921	6408					
33			72	75	5625	5400					
34	XI	4	73	90	8100	6570	24830	314	98596	24.649,00	181,00
35			73	76	5776	5548					
36			73	75	5625	5475					
37			73	73	5329	5329					
38	XII	5	74	89	7921	6586	38165	435	189225	37.845,00	320,00
39			74	93	8649	6882					
40			74	97	9409	7178					

41			74	81	6561	5994					
42			74	75	5625	5550					
43	XIII	3	75	88	7744	6600	21984	256	65536	21.845,33	138,67
44			75	76	5776	5700					
45			75	92	8464	6900					
46	XIV	5	76	76	5776	5776	37615	431	185761	37.152,20	462,80
47			76	97	9409	7372					
48			76	97	9409	7372					
49			76	75	5625	5700					
50			76	86	7396	6536					
51	XV	4	77	81	6561	6237	29129	341	116281	29.070,25	58,75
52			77	82	6724	6314					
53			77	88	7744	6776					
54			77	90	8100	6930					
55	XVI	6	78	80	6400	6240	45324	520	270400	45.066,67	257,33
56			78	87	7569	6786					
57			78	84	7056	6552					
58			78	97	9409	7566					
59			78	93	8649	7254					
60			78	79	6241	6162					
61	XVII	2	79	73	5329	5767	14165	167	27889	13.944,50	220,50
62			79	94	8836	7426					
63	XVIII	4	80	80	6400	6400	30522	348	121104	30.276,00	246,00
64			80	89	7921	7120					
65			80	99	9801	7920					
66			80	80	6400	6400					
67	XIX	4	81	81	6561	6561	32175	357	127449	31.862,25	312,75
68			81	82	6724	6642					
69			81	91	8281	7371					
70			81	103	10609	8343					
71	XX	6	82	86	7396	7052	54505	571	326041	54.340,17	164,83
72			82	99	9801	8118					
73			82	95	9025	7790					
74			82	93	8649	7626					
75			82	103	10609	8446					
76			82	95	9025	7790					
77	XXI	5	83	83	6889	6889	32879	405	164025	32.805,00	74,00
78			83	83	6889	6889					
79			83	76	5776	6308					
80			83	77	5929	6391					

81			83	86	7396	7138					
82	XXII	3	84	97	9409	8148	30249	301	90601	30.200,33	48,67
83			84	98	9604	8232					
84			84	106	11236	8904					
85	XXIII	3	85	94	8836	7990	25229	275	75625	25.208,33	20,67
86			85	88	7744	7480					
87			85	93	8649	7905					
88	XXIV	3	86	84	7056	7224	22552	260	67600	22.533,33	18,67
89			86	90	8100	7740					
90			86	86	7396	7396					
91	XXV	3	87	89	7921	7743	26043	279	77841	25.947,00	96,00
92			87	89	7921	7743					
93			87	101	10201	8787					
94	XXVI	3	88	97	9409	8536	25434	276	76176	25.392,00	42,00
95			88	91	8281	8008					
96			88	88	7744	7744					
97	XXVII	2	89	91	8281	8099	16930	184	33856	16.928,00	2,00
98			89	93	8649	8277					
99	XXVIII	3	91	88	7744	8008	28154	290	84100	28.033,33	120,67
100			91	103	10609	9373					
101			91	99	9801	9009					
102	XXIX	4	93	93	8649	8649	37111	385	148225	37.056,25	54,75
103			93	97	9409	9021					
104			93	93	8649	8649					
105			93	102	10404	9486					
106	XXX	2	94	96	9216	9024	19620	198	39204	19.602,00	18,00
107			94	102	10404	9588					
108	XXXI	2	95	94	8836	8930	17672	188	35344	17.672,00	0,00
109			95	94	8836	8930					
110	XXXII	2	96	95	9025	9120	19841	199	39601	19.800,50	40,50
111			96	104	10816	9984					
112	XXXIII	2	97	102	10404	9894	20404	202	40804	20.402,00	2,00
113			97	100	10000	9700					
<b>Σ</b>	<b>33</b>	<b>113</b>	<b>8828</b>	<b>9856</b>	<b>869212</b>	<b>775591</b>					<b>4.110,10</b>

### PERHITUNGAN UJI KEBERARTIAN REGRESI

1. Mencari Jumlah Kuadrat Total JK (T)

$$\begin{aligned} JK(T) &= \Sigma Y^2 \\ &= 869212 \end{aligned}$$

2. Mencari jumlah kuadrat regresi a JK (a)

$$\begin{aligned} JK(a) &= \frac{(\Sigma Y)^2}{n} \\ &= \frac{9856^2}{113} \\ &= 859652,53 \end{aligned}$$

3. Mencari jumlah kuadrat regresi b JK (b/a)

$$\begin{aligned} JK(b/a) &= b \cdot \Sigma xy \\ &= 0,540 \quad \times \quad 5601,90 \\ &= 3026,67 \end{aligned}$$

4. Mencari jumlah kuadrat residu JK (S)

$$\begin{aligned} JK(S) &= JK(T) - JK(a) - JK(b/a) \\ &= 869212 - 859652,53 - 3026,67 \\ &= 6532,80 \end{aligned}$$

5. Mencari Derajat Kebebasan

$$\begin{aligned} dk_{(T)} &= n = 113 \\ dk_{(a)} &= 1 \\ dk_{(b/a)} &= 1 \\ dk_{(res)} &= n - 2 = 111 \end{aligned}$$

6. Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat

$$\begin{aligned} RJK_{(b/a)} &= \frac{JK_{(b/a)}}{dk_{(b/a)}} = \frac{3026,67}{1} = 3026,67 \\ RJK_{(res)} &= \frac{JK_{(res)}}{dk_{(res)}} = \frac{6532,80}{111} = 58,85 \end{aligned}$$

7. Kriteria Pengujian

Terima  $H_0$  jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka regresi tidak berarti

Tolak  $H_0$  jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka regresi berarti

8. Pengujian

$$F_{hitung} = \frac{RJK_{(b/a)}}{RJK_{(res)}} = \frac{3026,67}{58,85} = 51,43$$

9. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan  $F_{hitung} = 51,43$

Berdasarkan taraf signifikan 0.05, pada tabel distribusi F dengan menggunakan

dihasilkan  $F_{tabel}$  sebesar = 3,93

sehingga  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi adalah **signifikan**



## PERHITUNGAN UJI KELINIERAN REGRESI

1. Mencari Jumlah Kuadrat Error JK (G)

$$JK (G) = \sum \left\{ \sum Y_k^2 - \frac{\sum Y_k^2}{n_k} \right\}$$

$$= 4110,10 \text{ (Lihat tabel Perhitungan JK } G_{\text{(galat)}})$$

2. Mencari Jumlah Kuadrat Tuna cocok JK (TC)

$$JK (TC) = JK (S) - JK(G)$$

$$= 6532,80 - 4110,10$$

$$= 2422,70$$

3. Mencari Derajat Kebebasan

$$k = 33$$

$$dk_{(TC)} = k - 2 = 31$$

$$dk_{(G)} = n - k = 80$$

4. Mencari rata-rata jumlah kuadrat

$$RJK_{(TC)} = \frac{2422,70}{31} = 78,15$$

$$RJK_{(G)} = \frac{4110,10}{80} = 51,38$$

5. Kriteria Pengujian

Tolak  $H_0$  jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ , maka regresi tidak linier

Terima  $H_0$  jika  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ , maka regresi linier

6. Pengujian

$$F_{\text{hitung}} = \frac{RJK_{(TC)}}{RJK_{(G)}} = \frac{78,15}{51,38} = 1,52$$

7. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan  $F_{\text{hitung}} = 1,52$

Berdasarkan taraf signifikan 0,05, pada tabel distribusi F dengan

Menggunakan dk pembilang 31 dan dk penyebut 80 dihasilkan  $F_{\text{tabel}}$  sebesar = 1,59

sehingga  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$  maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi adalah **linier**

TABEL ANAVA UNTUK UJI KEBERARTIAN DAN UJI KELINIERAN REGRESI

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F <sub>hitung</sub>	F <sub>tabel</sub>
Total	n	$\Sigma Y^2$			
Regresi (a)	1	$\frac{(\Sigma Y)^2}{n}$			Fo > Ft Maka regresi Berarti
Regresi (b/a)	1	b . $\Sigma xy$	$\frac{b \cdot \Sigma xy}{1}$	$\frac{RJK(b/a)^*}{RJK(res)}$	
Residu	n - 2	Jk (S)	$\frac{JK(S)}{n-2}$		
Tuna Cocok	k - 2	JK (TC)	$\frac{JK (TC)}{k-2}$	$\frac{RJK(TC)^{ns}}{RJK(G)}$	Fo < Ft Maka Regresi Linier
Galat Kekeliruan	n - k	JK (G)	$\frac{JK (G)}{n - k}$		

Keterangan : \*) Persamaan regresi berarti karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$

<sup>ns)</sup> Persamaan regresi linear karena  $F_{hitung} < F_{tabel}$

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F <sub>hitung</sub>	F <sub>tabel</sub>
Total	113	869212			
Regresi (a)	1	859652,53			3,93
Regresi (b/a)	1	3026,67	3026,67	51,43 *)	
Residu	111	6532,80	58,85		
Tuna Cocok	31	2422,70	78,15	1,52 <sup>ns)</sup>	1,59
Galat Kekeliruan	80	4110,10	51,38		

Keterangan : \*) Persamaan regresi berarti karena  $F_{hitung} (51,43) > F_{tabel} (3,93)$

<sup>ns)</sup> Persamaan regresi linear karena  $F_{hitung} (1,52) < F_{tabel} (1,59)$

**PERHITUNGAN KOEFISIEN KORELASI  
*PRODUCT MOMENT***

Mencari Koefisien Korelasi dengan Rumus *Product Moment*

Diketahui :

$$\Sigma x^2 = 10368,27$$

$$\Sigma y^2 = 9559,47$$

$$\Sigma xy = 5601,90$$

$$r_{XY} = \frac{\Sigma xy}{\sqrt{(\Sigma x^2) \cdot (\Sigma y^2)}}$$

$$r_{XY} = \frac{5601,90}{\sqrt{10368,27 \cdot 9559,5}}$$

$$r_{XY} = \frac{5601,90}{9955,6573}$$

$$r_{XY} = 0,563$$

**PERHITUNGAN UJI KEBERARTIAN  
KOEFSIEN KORELASI (Uji-t)**

Koefisien Korelasi *Product Moment* (Uji-t)

$$\begin{aligned}
 t_h &= \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\
 &= \frac{0,563 \sqrt{111}}{\sqrt{1-0,317}} \\
 &= \frac{0,563 \times 10,5357}{\sqrt{0,683}} \\
 &= \frac{5,928}{0,8267} \\
 &= 7,171
 \end{aligned}$$

Kesimpulan :

$t_{\text{tabel}}$  pada taraf signifikansi 0,05 dengan dk  $(n-2) = (113-2) = 111$  sebesar 1,66

Kriteria pengujian :

Ho ditolak jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ .

Ho diterima jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ .

Dari hasil pengujian :

$t_{\text{hitung}} \{ 7,171 \} > t_{\text{tabel}} (1,66)$ , maka terdapat hubungan yang **positif** dan **signifikan** antara variabel X2 dengan variabel Y

**PERHITUNGAN KOEFISIEN DETERMINASI**

Untuk mencari seberapa besar variasi variabel Y yang ditentukan oleh variabel X, maka digunakan Koefisien Determinasi dengan rumus :

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r_{XY}^2 \\ &= 0,563^2 \\ &= 0,3166 \\ &= 31,66\% \end{aligned}$$

Dari hasil tersebut diinterpretasikan bahwa keputusan pembelian ditentukan oleh kualitas pelayanan sebesar 31,66 %.

**SKOR INDIKATOR DOMINAN VARIABEL X2  
KUALITAS PELAYANAN**

$$\text{SKOR INDIKATOR} = \frac{\text{Jumlah skor butir tiap soal indikator}}{\text{Banyaknya soal indikator}}$$

Dimensi	Indikator	Jumlah Soal	Skor	Persentase
Reliabilitas (reliability)	Ketepatan dalam melayani	2 Soal	$\frac{465+440}{2}$ 452,5	11,79%
	Pelayanan yang sama	1 soal	455,0	12%
Jaminan (assurance)	Kesopanan (jamina bahwa wiraniaga toko akan berlaku sopan kepada konsumen)	4 soal	$\frac{441+422+423+397}{4}$ 420,75	10,96%
	Dapat dipercaya	2 Soal	$\frac{407+387}{2}$ 397	10,34%
Empati (emphaty)	Perhatian	4 soal	$\frac{414+399+402+404}{4}$ 405	11%
Bukti Fisik (tangibles)	Penampilan fisik wiraniaga (rapih)	3 soal	$\frac{403+420+411}{3}$ 411	11%
	Peralatan (mesin kasir, lemari pendingin, juice maker)	3 soal	$\frac{412+431+417}{3}$ 420	11%
Daya Tanggap (responsiveness)	Menolong	1 soal	444	12%
	Merespon keluhan pelanggan	1 soal	434	11%
<b>Total Skor</b>			<b>3839,3</b>	<b>100%</b>

Dari hasil perhitungan, ke-sembilan indikator tersebut memiliki kontribusi yang relatif seimbang.

Indikator pelayanan yang sama dalam dimensi reliabilitas dan indikator menolong dalam dimensi daya tanggap memiliki pengaruh yang cukup besar dalam kualitas pelayanan

Tabel Nilai-nilai *r Product Moment* dari *Pearson*

N	Tarf Signifikan		N	Tarf Signifikan		N	Tarf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	26	0,388	0,496	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	27	0,381	0,487	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	28	0,374	0,478	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	29	0,367	0,470	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	30	0,361	0,463	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	31	0,355	0,456	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	32	0,349	0,449	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	33	0,344	0,442	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	34	0,339	0,436	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	35	0,334	0,430	100	0,194	0,256
13	0,553	0,684	36	0,329	0,424	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	37	0,325	0,418	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	38	0,320	0,413	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	39	0,316	0,408	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	40	0,312	0,403	300	0,113	0,148
18	0,463	0,590	41	0,308	0,398	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	42	0,304	0,393	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	43	0,301	0,389	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	44	0,297	0,384	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	45	0,294	0,380	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	46	0,291	0,376	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	47	0,288	0,372	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	48	0,284	0,368			
			49	0,281	0,364			
			50	0,279	0,361			

Sumber : Conover, W.J., *Practical Nonparametric Statistics*, John Wiley & Sons, Inc., 1973

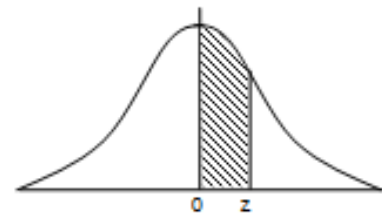
### Nilai Kritis L untuk Uji *Lilliefors*

Ukuran Sampel	Taraf Nyata ( $\alpha$ )				
	0,01	0,05	0,10	0,15	0,20
n = 4	0,417	0,381	0,352	0,319	0,300
5	0,405	0,337	0,315	0,299	0,285
6	0,364	0,319	0,294	0,277	0,265
7	0,348	0,300	0,276	0,258	0,247
8	0,331	0,285	0,261	0,244	0,233
9	0,311	0,271	0,249	0,233	0,223
10	0,294	0,258	0,239	0,224	0,215
11	0,284	0,249	0,230	0,217	0,206
12	0,275	0,242	0,223	0,212	0,199
13	0,268	0,234	0,214	0,202	0,190
14	0,261	0,227	0,207	0,194	0,183
15	0,257	0,220	0,201	0,187	0,177
16	0,250	0,213	0,195	0,182	0,173
17	0,245	0,206	0,189	0,177	0,169
18	0,239	0,200	0,184	0,173	0,166
19	0,235	0,195	0,179	0,169	0,163
20	0,231	0,190	0,174	0,166	0,160
25	0,200	0,173	0,158	0,147	0,142
30	0,187	0,161	0,144	0,136	0,131
n > 30	1,031	0,886	0,805	0,768	0,736
	$\sqrt{n}$	$\sqrt{n}$	$\sqrt{n}$	$\sqrt{n}$	$\sqrt{n}$

Sumber : Conover, W.J., *Practical Nonparametric Statistics*, John Wiley & Sons, Inc., 1973



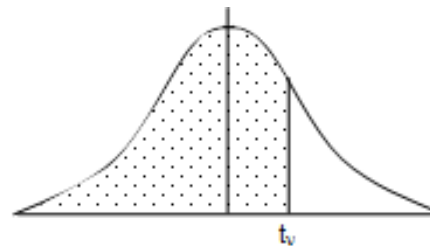
**Tabel Kurva Normal Persentase Daerah Kurva Normal dari 0 sampai z**



Z	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
0,0	0000	0040	0080	0120	0160	0199	0239	0279	0319	0359
0,1	0398	0438	0478	0517	0557	0596	0636	0675	0714	0753
0,2	0793	0832	0871	0910	0948	0987	1026	1064	1103	1141
0,3	1179	1217	1255	1293	1331	1368	1406	1443	1480	1517
0,4	1554	1591	1628	1664	1700	1736	1772	1808	1844	1879
0,5	1915	1950	1985	2019	2054	2088	2123	2157	2190	2224
0,6	2258	2291	2324	2357	2389	2422	2454	2486	2518	2549
0,7	2580	2612	2642	2673	2704	2734	2764	2794	2823	2852
0,8	2881	2910	2939	2967	2996	3023	3051	3078	3106	3133
0,9	3159	3186	3212	3238	3264	3289	3315	3340	3365	3389
1,0	3413	3438	3461	3485	3508	3531	3554	3577	3599	3621
1,1	3643	3665	3686	3708	3729	3749	3770	3790	3810	3830
1,2	3849	3869	3888	3907	3925	3944	3962	3980	3997	4015
1,3	4032	4049	4066	4082	4099	4115	4131	4147	4162	4177
1,4	4192	4207	4222	4236	4251	4265	4279	4292	4306	4319
1,5	4332	4345	4357	4370	4382	4394	4406	4418	4429	4441
1,6	4452	4463	4474	4484	4495	4505	4515	4525	4535	4545
1,7	4554	4564	4573	4582	4591	4599	4608	4616	4625	4633
1,8	4641	4649	4656	4664	4671	4678	4688	4693	4699	4706
1,9	4713	4719	4726	4732	4738	4744	4750	4756	4761	4767
2,0	4772	4778	4783	4788	4793	4798	4803	4808	4812	4817
2,1	4821	4826	4830	4834	4838	4842	4846	4850	4854	4857
2,2	4861	4864	4868	4871	4875	4878	4881	4884	4887	4899
2,3	4893	4896	4898	4901	4904	4906	4909	4911	4913	4936
2,4	4918	4920	4922	4925	4927	4929	4931	4932	4934	4936
2,5	4938	4940	4941	4943	4945	4946	4948	4949	4951	4952
2,6	4953	4955	4956	4957	4959	4960	4961	4962	4963	4964
2,7	4965	4956	4967	4968	4969	4970	4971	4972	4973	4974
2,8	4974	4975	4976	4977	4977	4978	4979	4979	4980	4981
2,9	4981	4382	4982	4983	4984	4984	4985	4985	4986	4986
3,0	4987	4987	4987	4988	4988	4989	4989	4989	4990	4990
3,1	4990	4991	4991	4991	4992	4992	4992	4992	4993	4993
3,2	4993	4993	4994	4994	4994	4994	4994	4995	4995	4995
3,3	4995	4995	4995	4996	4996	4996	4996	4996	4996	4997
3,4	4997	4997	4997	4997	4997	4997	4997	4997	4997	4998
3,5	4998	4998	4998	4998	4998	4998	4998	4998	4998	4998
3,6	4998	4998	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999
3,7	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999
3,8	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999
3,9	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000

Sumber : Theory and Problems of Statistics , Spiegel, M.R. , Ph.D., Schoum Publishing Co., New York, 1981

**Nilai Persentil untuk Distribusi t**  
**v = dk**  
**(Bilangan Dalam Badan Daftar Menyatakan t<sub>p</sub>)**



v	t <sub>0,995</sub>	t <sub>0,99</sub>	t <sub>0,975</sub>	t <sub>0,95</sub>	t <sub>0,90</sub>	t <sub>0,80</sub>	t <sub>0,75</sub>	t <sub>0,70</sub>	t <sub>0,60</sub>	t <sub>0,55</sub>
1	63,66	31,82	12,71	6,31	3,08	1,376	1,000	0,727	0,325	0,518
2	9,92	6,96	4,30	2,92	1,89	1,061	0,816	0,617	0,289	0,142
3	5,84	4,54	3,18	2,35	1,64	0,978	0,765	0,584	0,277	0,137
4	4,60	3,75	2,78	2,13	1,53	0,941	0,744	0,569	0,271	0,134
5	4,03	3,36	2,57	2,02	1,48	0,920	0,727	0,559	0,267	0,132
6	3,71	3,14	2,45	1,94	1,44	0,906	0,718	0,553	0,265	0,131
7	3,50	3,00	2,36	1,90	1,42	0,896	0,711	0,519	0,263	0,130
8	3,36	2,90	2,31	1,86	1,40	0,889	0,706	0,516	0,262	0,130
9	3,25	2,82	2,26	1,83	1,38	0,883	0,703	0,513	0,261	0,129
10	3,17	2,76	2,23	1,81	1,37	0,879	0,700	0,542	0,260	0,129
11	3,11	2,72	2,20	1,80	1,36	0,876	0,697	0,540	0,260	0,129
12	3,06	2,68	2,18	1,78	1,36	0,873	0,695	0,539	0,259	0,128
13	3,01	2,65	2,16	1,77	1,35	0,870	0,694	0,538	0,259	0,128
14	2,98	2,62	2,14	1,76	1,34	0,888	0,692	0,537	0,258	0,128
15	2,95	2,60	2,13	1,75	1,34	0,866	0,691	0,536	0,258	0,128
16	2,92	2,58	2,12	1,75	1,34	0,865	0,690	0,535	0,258	0,128
17	2,90	2,57	2,11	1,74	1,33	0,863	0,890	0,534	0,257	0,128
18	2,88	2,55	2,10	1,73	1,33	0,862	0,688	0,534	0,257	0,127
19	2,86	2,54	2,09	1,73	1,33	0,861	0,688	0,532	0,257	0,127
20	2,84	2,53	2,09	1,72	1,32	0,860	0,687	0,533	0,257	0,127
21	0,83	2,52	2,08	1,72	1,32	0,859	0,686	0,532	0,257	0,127
22	2,82	2,51	2,07	1,72	1,32	0,858	0,686	0,532	0,256	0,127
23	2,81	2,50	2,07	1,71	1,32	0,858	0,685	0,532	0,256	0,127
24	2,80	2,49	2,06	1,71	1,32	0,857	0,685	0,531	0,256	0,127
25	2,79	2,48	2,06	1,71	1,32	0,856	0,684	0,531	0,256	0,127
26	2,78	2,48	2,06	1,71	1,32	0,856	0,684	0,531	0,256	0,127
27	2,77	2,47	2,05	1,70	1,31	0,855	0,684	0,531	0,256	0,127
28	2,76	2,47	2,05	1,70	1,31	0,855	0,683	0,530	0,256	0,127
29	2,76	2,46	2,04	1,70	1,31	0,854	0,683	0,530	0,256	0,127
30	2,75	2,46	2,04	1,70	1,31	0,854	0,683	0,530	0,256	0,127
40	2,70	2,42	2,02	1,68	1,30	0,854	0,681	0,529	0,255	0,126
60	2,66	2,39	2,00	1,67	1,30	0,848	0,679	0,527	0,254	0,126
120	2,62	2,36	1,98	1,66	1,29	0,845	0,677	0,526	0,254	0,126
∞	2,58	2,33	1,96	1,645	1,28	0,842	0,674	0,521	0,253	0,126

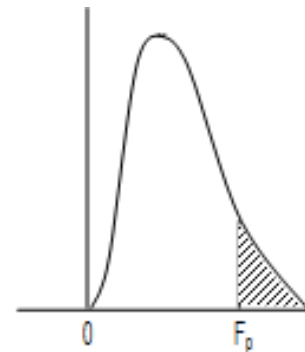
Sumber : Statistical Tables for Biological, Agricultural and Medical Research, Fisher, R.Y., dan Yates F

Table III. Oliver & Boyd, Ltd., Edinburg

**Nilai Persentil untuk Distribusi F**

(Bilangan dalam Badan Daftar menyatakan  $F_p$ ;

Baris atas untuk  $p = 0,05$  dan Baris bawah untuk  $p = 0,01$ )



$v_2 = dk$ penyebut	$v_1 = dk$ pembilang																								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	$\infty$	
1	161	200	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	246	248	249	250	251	252	253	253	254	254	254	254
	4052	4999	5403	5625	5764	5859	5928	5981	6022	6056	6082	6106	6142	6169	6208	6234	6258	6286	6302	6323	6334	6352	6361	6366	
2	18,51	19,00	19,16	19,25	19,30	19,33	19,36	19,37	19,38	19,39	19,40	19,41	19,42	19,43	19,44	19,45	19,46	19,47	19,47	19,48	19,49	19,49	19,50	19,50	
	98,49	99,01	99,17	99,25	99,30	99,33	99,34	99,36	99,38	99,40	99,41	99,42	99,43	99,44	99,45	99,46	99,47	99,48	99,48	99,49	99,49	99,49	99,50	99,50	
3	10,13	9,55	9,28	9,12	9,01	8,94	8,88	8,84	8,81	8,78	8,76	8,74	8,71	8,69	8,66	8,64	8,62	8,60	8,58	8,57	8,56	8,54	8,54	8,53	
	34,12	30,81	29,46	28,71	28,24	27,91	27,67	27,49	27,34	27,23	27,13	27,05	26,92	26,83	26,69	26,60	26,50	26,41	26,30	26,27	26,23	26,18	26,14	26,12	
4	7,71	6,94	6,59	6,39	6,26	6,16	6,09	6,04	6,00	5,96	5,93	5,91	5,87	5,84	5,80	5,77	5,74	5,71	5,70	5,68	5,66	5,65	5,64	5,63	
	21,20	18,00	16,69	15,98	15,52	15,21	14,98	14,80	14,66	14,54	14,45	14,37	14,24	14,15	14,02	13,93	13,83	13,74	13,69	13,61	13,57	13,52	13,48	13,46	
5	6,61	5,79	5,41	5,19	5,05	4,95	4,88	4,82	4,78	4,74	4,70	4,68	4,64	4,60	4,56	4,53	4,50	4,46	4,44	4,42	4,40	4,38	4,37	4,36	
	16,26	13,27	12,06	11,39	10,97	10,67	10,45	10,27	10,15	10,05	9,96	9,89	9,77	9,68	9,55	9,47	9,38	9,29	9,24	9,17	9,13	9,07	9,04	9,02	
6	5,99	5,14	4,76	4,53	4,39	4,28	4,21	4,15	4,10	4,06	4,03	4,00	3,96	3,92	3,87	3,81	3,81	3,77	3,75	3,72	3,71	3,69	3,68	3,67	
	13,74	10,92	9,78	9,15	8,75	8,47	8,26	8,10	7,98	7,87	7,79	7,72	7,60	7,52	7,39	7,31	7,23	7,14	7,09	7,02	6,99	6,94	6,90	6,88	
7	5,59	4,74	4,36	4,12	3,97	3,87	3,79	3,73	3,68	3,63	3,60	3,57	3,52	3,49	3,44	3,41	3,38	3,34	3,32	3,29	3,28	3,25	3,24	3,23	
	12,25	9,55	8,45	7,85	7,46	7,19	7,00	6,81	6,71	6,62	6,54	6,47	6,35	6,27	6,15	6,07	5,98	5,90	5,85	5,78	5,75	5,70	5,67	5,65	
8	5,32	4,74	4,36	4,12	3,97	3,87	3,79	3,73	3,68	3,63	3,60	3,57	3,52	3,49	3,44	3,41	3,38	3,34	3,32	3,29	3,28	3,25	3,24	3,23	
	11,26	8,65	7,59	7,01	6,63	6,37	6,19	6,03	5,91	5,82	5,74	5,67	5,56	5,48	5,36	5,28	5,20	5,11	5,06	4,96	4,91	4,88	4,86		
9	5,12	4,26	3,86	3,63	3,48	3,37	3,29	3,23	3,18	3,13	3,10	3,07	3,02	2,98	2,93	2,90	2,86	2,82	2,80	2,77	2,76	2,73	2,72	2,71	
	10,56	8,02	6,99	6,42	6,06	5,80	5,62	5,47	5,35	5,26	5,18	5,11	5,00	4,92	4,80	4,73	4,64	4,56	4,51	4,45	4,41	4,36	4,33	4,31	
10	4,96	4,10	3,71	3,48	3,33	3,22	3,14	3,07	3,02	2,97	2,94	2,91	2,86	2,82	2,77	2,74	2,70	2,67	2,64	2,61	2,59	2,56	2,55	2,54	
	10,04	7,56	6,55	5,99	5,64	5,39	5,21	5,06	4,95	4,85	4,78	4,71	4,60	4,52	4,41	4,33	4,25	4,17	4,12	4,05	4,01	3,96	3,93	3,91	



## Lanjutan Distribusi F

$V_2 = dk$ penyebut	$V_1 = dk$ pembilang																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	$\infty$
26	4,22	3,37	2,89	2,74	2,59	2,47	2,39	2,32	2,27	2,22	2,18	2,15	2,10	2,05	1,99	1,95	1,90	1,85	1,82	1,78	1,76	1,72	1,70	1,69
	7,72	5,53	4,64	4,14	3,82	3,59	3,42	3,29	3,17	3,09	3,02	2,96	2,86	2,77	2,66	2,58	2,50	2,41	2,36	2,28	2,25	2,19	2,15	2,13
27	4,21	3,35	2,96	2,73	2,57	2,46	2,37	2,30	2,25	2,20	2,16	2,13	2,08	2,03	1,97	1,93	1,88	1,84	1,80	1,76	1,74	1,71	1,68	1,67
	7,68	5,49	4,60	4,11	3,79	3,56	3,39	3,26	3,14	3,06	2,98	2,93	2,83	2,74	2,63	2,55	2,47	2,38	2,33	2,25	2,21	2,16	2,12	2,10
28	4,20	3,34	2,95	2,71	2,56	2,44	2,36	2,29	2,24	2,19	2,15	2,12	2,06	2,02	1,96	1,91	1,87	1,81	1,78	1,75	1,72	1,69	1,67	1,65
	7,64	5,45	4,57	4,07	3,76	3,53	3,36	3,23	3,11	3,03	2,95	2,90	2,80	2,71	2,60	2,52	2,44	2,35	2,30	2,22	2,18	2,13	2,09	2,06
29	4,18	3,33	2,93	2,70	2,54	2,43	2,35	2,28	2,22	2,18	2,14	2,10	2,05	2,00	1,94	1,90	1,85	1,80	1,77	1,73	1,71	1,68	1,65	1,64
	7,60	5,52	4,54	4,04	3,73	3,50	3,33	3,20	3,08	3,00	2,92	2,87	2,77	2,68	2,57	2,49	2,41	2,32	2,27	2,19	2,15	2,10	2,06	2,03
30	4,17	3,32	2,92	2,69	2,53	2,42	2,34	2,27	2,21	2,16	2,12	2,09	2,04	1,99	1,93	1,89	1,84	1,79	1,76	1,72	1,69	1,66	1,64	1,62
	7,56	5,39	4,51	4,02	3,70	3,47	3,30	3,17	3,06	2,98	2,90	2,84	2,74	2,66	2,55	2,47	2,38	2,29	2,24	2,16	2,13	2,07	2,03	2,01
32	4,15	3,30	2,90	2,67	2,51	2,40	2,32	2,25	2,19	2,14	2,10	2,07	2,02	1,97	1,91	1,86	1,82	1,76	1,74	1,69	1,67	1,64	1,61	1,59
	7,50	5,34	4,46	3,97	3,66	3,42	3,25	3,12	3,01	2,94	2,86	2,80	2,70	2,62	2,51	2,42	2,34	2,25	2,20	2,12	2,08	2,02	1,98	1,96
34	4,13	3,28	2,88	2,65	2,49	2,38	2,30	2,23	2,17	2,12	2,08	2,05	2,00	1,95	1,89	1,84	1,80	1,74	1,71	1,67	1,64	1,61	1,59	1,57
	7,44	5,29	4,42	3,93	3,61	3,38	3,21	3,08	2,97	2,89	2,82	2,76	2,66	2,58	2,47	2,38	2,30	2,21	2,15	2,08	2,04	1,98	1,94	1,91
36	4,11	3,26	2,80	2,63	2,48	2,36	2,28	2,21	2,15	2,10	2,06	2,03	1,89	1,93	1,87	1,82	1,78	1,72	1,69	1,65	1,62	1,59	1,56	1,55
	7,39	5,25	4,38	3,89	3,58	3,35	3,18	3,04	2,94	2,86	2,78	2,72	2,62	2,54	2,43	2,35	2,26	2,17	2,12	2,04	2,00	1,94	1,90	1,87
38	4,10	3,25	2,85	2,62	2,46	2,35	2,26	2,19	2,14	2,09	2,05	2,02	1,96	1,92	1,85	1,80	1,76	1,71	1,67	1,63	1,60	1,57	1,54	1,53
	7,35	5,21	4,34	3,86	3,54	3,32	3,15	3,02	2,91	2,82	2,75	2,69	2,59	2,51	2,40	2,32	2,22	2,14	2,08	2,00	1,97	1,90	1,86	1,84
40	4,08	3,23	2,84	2,61	2,45	2,34	2,25	2,18	2,12	2,07	2,04	2,00	1,95	1,90	1,84	1,79	1,74	1,69	1,66	1,61	1,59	1,55	1,53	1,51
	7,31	5,18	4,31	3,83	3,51	3,29	3,12	2,99	2,88	2,80	2,73	2,66	2,56	2,49	2,37	2,29	2,20	2,11	2,05	1,97	1,94	1,88	1,84	1,81
42	4,07	3,22	2,83	2,59	2,44	2,32	2,24	2,17	2,11	2,06	2,02	1,99	1,94	1,89	1,82	1,78	1,73	1,68	1,64	1,60	1,57	1,54	1,51	1,49
	7,27	5,15	4,29	3,80	3,49	3,26	3,10	2,96	2,86	2,77	2,70	2,64	2,54	2,46	2,35	2,26	2,17	2,08	2,02	1,94	1,91	1,85	1,80	1,78
44	4,06	3,21	2,82	2,58	2,43	2,31	2,23	2,16	2,10	2,05	2,01	1,98	1,92	1,88	1,81	1,76	1,72	1,66	1,63	1,58	1,56	1,52	1,50	1,48
	7,24	5,12	4,26	3,78	3,46	3,24	3,07	2,94	2,84	2,75	2,68	2,62	2,52	2,44	2,32	2,24	2,15	2,06	2,00	1,92	1,88	1,82	1,78	1,75
46	4,05	3,20	2,81	2,57	2,42	2,30	2,22	2,14	2,09	2,04	2,00	1,97	1,91	1,87	1,80	1,75	1,71	1,65	1,62	1,57	1,54	1,51	1,48	1,46
	7,21	5,10	4,24	3,76	3,44	3,22	3,05	2,92	2,82	2,73	2,66	2,60	2,50	2,42	2,30	2,22	2,13	2,04	1,98	1,90	1,86	1,80	1,76	1,72
48	4,04	3,19	2,80	2,56	2,41	2,30	2,21	2,14	2,08	2,03	1,99	1,96	1,90	1,86	1,79	1,74	1,70	1,64	1,61	1,56	1,53	1,50	1,47	1,45
	7,19	5,08	4,22	3,74	3,42	3,20	3,04	2,90	2,80	2,71	2,64	2,58	2,48	2,40	2,28	2,20	2,11	2,02	1,96	1,88	1,84	1,78	1,73	1,70
50	4,03	3,18	2,79	2,56	2,40	2,29	2,20	2,13	2,07	2,02	1,98	1,95	1,90	1,85	1,78	1,74	1,69	1,63	1,60	1,55	1,52	1,48	1,46	1,44
	7,17	5,06	4,20	3,72	3,44	3,18	3,02	2,88	2,78	2,70	2,62	2,56	2,46	2,39	2,26	2,18	2,10	2,00	1,91	1,86	1,82	1,76	1,71	1,68

## Lanjutan Distribusi F

$v_2 = dk$ penyebut	$v_1 = dk$ pembilang																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	$\infty$
55	4,02	3,17	2,78	2,51	3,38	2,27	2,18	2,11	2,05	2,00	1,97	1,93	1,88	1,83	1,76	1,72	1,67	1,61	1,58	1,52	1,50	1,46	1,43	1,41
	7,12	5,01	4,16	3,68	3,37	3,15	2,98	2,85	2,75	2,66	2,59	2,53	2,43	2,35	2,23	2,15	2,00	1,96	1,90	1,82	1,78	1,71	1,66	1,64
60	4,00	3,15	2,76	2,52	2,37	2,25	2,17	2,10	2,01	1,99	1,95	1,92	1,86	1,81	1,75	1,70	1,65	1,59	1,56	1,50	1,18	1,44	1,41	1,39
	7,08	4,98	4,13	3,63	3,31	3,12	2,95	2,82	2,72	2,63	2,56	2,50	2,10	2,32	2,20	2,12	2,03	1,93	1,87	1,79	1,71	1,68	1,63	1,60
65	3,99	3,14	2,75	2,51	2,36	2,21	2,15	2,08	2,02	1,98	1,94	1,90	1,85	1,80	1,73	1,68	1,63	1,57	1,51	1,49	1,46	1,42	1,39	1,37
	7,01	4,95	4,10	3,62	3,31	3,09	2,93	2,79	2,70	2,61	2,51	2,47	2,37	2,30	2,18	2,09	2,00	1,90	1,81	1,76	1,71	1,61	1,60	1,56
70	3,98	3,13	2,74	2,50	2,35	2,32	2,11	2,07	2,01	1,97	1,93	1,89	1,81	1,79	1,72	1,67	1,62	1,56	1,53	1,47	1,45	1,40	1,37	1,35
	7,01	4,92	4,08	3,60	3,29	3,07	2,91	2,77	2,67	2,59	2,51	2,45	2,35	2,28	2,15	2,07	1,98	1,88	1,82	1,74	1,69	1,63	1,56	1,53
80	3,96	3,11	2,72	2,18	2,33	2,21	2,12	2,05	1,99	1,95	1,91	1,88	1,82	1,77	1,70	1,65	1,60	1,51	1,51	1,45	1,42	1,38	1,35	1,32
	6,96	4,86	4,04	3,58	3,25	3,01	2,87	2,71	2,61	2,55	2,18	2,11	2,32	2,21	2,11	2,03	1,94	1,84	1,78	1,70	1,65	1,57	1,52	1,49
100	3,91	3,09	2,70	2,46	2,30	2,19	2,10	2,03	1,97	1,92	1,88	1,85	1,79	1,75	1,68	1,63	1,57	1,51	1,18	1,12	1,39	1,34	1,30	1,28
	6,90	4,82	3,98	3,51	3,20	2,99	2,82	2,69	2,59	2,51	2,13	2,36	2,26	2,19	2,06	1,98	1,89	1,79	1,73	1,64	1,59	1,51	1,46	1,43
125	3,92	3,07	2,68	2,44	2,29	2,17	2,08	2,01	1,95	1,90	1,86	1,83	1,77	1,72	1,65	1,60	1,55	1,49	1,45	1,39	1,36	1,31	1,27	1,25
	6,81	4,78	3,94	3,17	3,17	2,95	2,79	2,65	2,56	2,17	2,40	2,33	2,23	2,15	2,03	1,94	1,85	1,75	1,68	1,59	1,54	1,46	1,40	1,37
150	3,91	3,06	2,67	2,43	2,27	2,16	2,07	2,00	1,94	1,89	1,85	1,82	1,76	1,71	1,64	1,59	1,51	1,47	1,44	1,37	1,34	1,29	1,25	1,22
	6,81	4,75	3,91	3,14	3,13	2,92	2,76	2,62	2,53	2,44	2,37	2,30	2,20	2,12	2,00	1,91	1,83	1,72	1,66	1,56	1,51	1,43	1,37	1,33
200	3,86	3,04	2,65	2,41	2,26	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,80	1,74	1,69	1,62	1,57	1,52	1,45	1,42	1,35	1,32	1,26	1,22	1,19
	6,79	4,74	3,88	3,41	3,11	2,90	2,73	2,60	2,50	2,41	2,34	2,28	2,17	2,09	1,97	1,88	1,79	1,69	1,62	1,53	1,48	1,39	1,33	1,28
400	3,86	3,02	2,62	2,39	2,23	2,12	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,78	1,72	1,67	1,60	1,54	1,49	1,42	1,38	1,32	1,28	1,22	1,16	1,13
	6,70	4,66	3,83	3,36	3,06	2,85	2,69	2,55	2,46	2,37	2,29	2,23	2,12	2,04	1,92	1,84	1,74	1,64	1,57	1,47	1,42	1,32	1,24	1,19
1000	3,85	3,00	2,61	2,38	2,22	2,10	2,02	1,95	1,89	1,84	1,80	1,76	1,70	1,65	1,58	1,53	1,47	1,41	1,36	1,30	1,26	1,19	1,13	1,08
	6,68	1,62	3,80	3,34	3,04	2,82	2,66	2,53	2,13	2,34	2,26	2,20	2,09	2,01	1,89	1,81	1,71	1,61	1,54	1,44	1,38	1,28	1,19	1,11
$\infty$	3,84	2,99	2,60	2,37	2,21	2,09	2,01	1,94	1,88	1,83	1,79	1,75	1,69	1,64	1,57	1,52	1,46	1,40	1,35	1,28	1,24	1,17	1,11	1,00
	6,64	4,60	3,78	3,32	3,02	2,80	2,64	2,51	2,41	2,32	2,24	2,18	2,07	1,99	1,87	1,79	1,69	1,59	1,52	1,41	1,36	1,25	1,15	1,00

Sumber : Elementary Statistics, Hoel, P.G., John Wiley & Sons, Inc., New York, 1960

izin Khusus pada penulis

**LAMPIRAN 80**

**DAFTAR MAHASISWA SAMPEL UJI COBA**  
**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN ADMINISTRASI PERKANTORAN**  
**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

<b>NO</b>	<b>NAMA</b>	<b>ANGKATAN</b>
1.	Magdalena	2013
2	Cindy Aulia	2013
3	Siti Zahra	2013
4	Mila Kamelia	2013
5	Ayudia Narisa	2013
6	Ruth Fransiska	2013
7	Puput Nabelia	2013
8	Nur Kholifah	2013
9	Risa Novianita	2013
10	Ninuk	2013
11	Hanasya	2013
12	Shintia Dewi Putri	2013
13	Hendra Reven	2013
14	Friska Novia	2013
15	Millah	2013
16	Yudha Aditya	2013
17	Triesya Maya	2013
18	Joeli Utari	2013
19	Anisa Dian	2013

20	Anisa Eka	2013
21	Patimah Zahro	2013
22	Rizdah	2013
23	Surya Putri	2013
24	Fairuz	2013
25	Wiwi Nurhasanah	2013
26	Yudi Nur M	2013
27	Resti Mulyana	2013
28	Teguh Wahyu Utomo	2013
29	Mirsya Syamratul	2013
30	Jasmine Rizky	2013

**DAFTAR MAHASISWA SAMPEL  
PENDIDIKAN TATA NIAGA FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

<b>NO</b>	<b>NAMA</b>	<b>NIM</b>	<b>ANGKATAN</b>
1	Aziz Sumarlin	8135132228	2013
2	Atikah Kusumaningsih	8135132229	2013
3	Muhammad Miura	8135132231	2013
4	Ulfa Farida	8135132231	2013
5	Iyan Anggi Novi Ariy	8135132233	2013
6	Febriany	8135132234	2013
7	Sheila Yuliasti	8135132237	2013
8	Nona Rani Agustina	8135132238	2013
9	Wahyu Hanggoro Mukti	8135134105	2013
10	Uwais Qurni	8135134106	2013
11	Inna Tri Liana Putri	8135134107	2013
12	Ummu Fitriani	8135134108	2013
13	Desy Purwito Sari	8135134109	2013
14	Danis	8135134110	2013
15	Anwar Hadi	8135134111	2013
16	Rani Riyanti	8135132255	2013
17	Syifa Nurul Aini	8135132256	2013
18	Nova Arisanti	8135132257	2013
19	Mastiani Frimaidya	8135132258	2013
20	Agita Haerani	8135132259	2013
21	Sarah Invera Kemala	8135132260	2013
22	Sutan Leonardi	8135132262	2013
23	Sri Aisah	8135132263	2013
24	Anisa Dwi Destiani	8135132264	2013
25	Rini Tri Apriliani	8135132265	2013
26	Eka Yuliasih	8135132266	2013
27	Diaz Lupita Kartika	8135132267	2013
28	Permono Bayu Aji	8135132268	2013
29	Muhammad Fahmi	8135132269	2013
30	Rahmat Hidayat	8135132270	2013
31	Dwi Leva Hafni Cahya	8135132271	2013
32	Ditha Friska	8135132272	2013
33	Ika Wahyu Lestari	8135132273	2013
34	Stefanus Brilliant Prakoso	8135132274	2013
35	Yogi Saputra	8135132275	2013
36	Pigantara Adiguna	8135132276	2013
37	Sandi Nur Pratama	8135132277	2013
38	Ahmad Zulfiyan	8135134099	2013
39	Maya Soffah	8135132246	2013
40	Ahmad Dimiyati	8135132247	2013



41	Riska Adi Sulistyani	8135132250	2013
42	Fenderlita Kasterina	8135132252	2013
43	Dinda Amalia Putri	8135132253	2013
44	Raras Shinta	8135132254	2013
45	Hania Rahmanti	8135132240	2013
46	Mela Surah Maniar	8135132241	2013
47	Siska Maisarah	8135132242	2013
48	Maykel David	8135141540	2014
49	Choirunnisa	8135141541	2014
50	Dian Lestari	8135141542	2014
51	Vinny Oktaviani	8135141543	2014
52	Gita Ariesta Indah S	8135141544	2014
53	Bernaraja Agustian	8135141545	2014
54	Kemas Kurniawan Roma	8135141546	2014
55	Ishak	8135141568	2014
56	Muhammad Rafiedhia B	8135141569	2014
57	Aditya Rachman Eki N	8135141570	2014
58	Alfath Rianda Utami	8135141571	2014
59	Lailatul Fitria	8135141572	2014
60	Dila Dwi Cahyani	8135141573	2014
61	Bunial Muslim	8135142904	2014
62	Nelinda Brillianty	8135142905	2014
63	Ade Saputra	8135142906	2014
64	Varian Giovanni	8135142909	2014
65	Reska Septiani R	8135142911	2014
66	Solin Nurdin	8135142912	2014
67	Mutiara Mutmainah	8135142913	2014
68	Dian	8135142914	2014
69	Sarah Mutia	8135145158	2014
70	Renita Dwi Apriliyan	8135145159	2014
71	Descha Nastiti	8135145160	2014
72	Rizal Rifaldi	8135145161	2014
73	Anggun Novitasari	8135145162	2014
74	Rachmadina Pratiwi	8135145163	2014
75	Nadhilah	8135145164	2014
76	Hikmawati	8135145165	2014
77	Muhammad Fadil Aulia	8135145166	2014
78	Rachmah Vidya Sari	8135152224	2015
79	Rizki Dwi Saptaningrum	8135150518	2015
80	Siti Ayu Marsinah	8135152219	2015

81	Suci Wulandari	8135153990	2015
82	Urva Eyzara	8135154276	2015
83	Vivi Juliany	8135154023	2015
84	Wisnu Anggara	8135154289	2015
85	Yurinda Ramadhana	8135154019	2015
86	Yuny	8135160065	2015
87	Indriani Setyawati	8135160105	2015
88	Dinda Nabilah	8135160148	2015
89	Marcel Apgra	8135160181	2015
90	Yulia Damayanti	8135160207	2015
91	Rahma Putri Fatiah	8135160215	2015
92	Mega Maryati	8135160221	2015
93	Laetita Costavie	8135160365	2015
94	Aurya Like Saputri	8135160387	2015
95	Ananda Dwi Lestari	8135160396	2015
96	Dessy Yuliani	8135160405	2015
97	Wahyuni	8135160512	2015
98	Citra Pratiwi	8135160599	2015
99	Zahro Fiqia Rizki	8135160737	2015
100	Ratna Ramadhani	8135160751	2015
101	Farrel Muhammad	8135160852	2015
102	Zafar Andreansyah Gu	8135163706	2015
103	Ade Irvan Suryana	8135163796	2015
104	Vania Safira Ariesgo	8135163822	2016
105	Mochamad Ilham Sabil	8135163904	2016
106	Maudy Ragilia Andria	8135163915	2016
107	Ferra Peronika	8135163999	2016
108	Larasati Sukma	8135164020	2016
109	Rachmi Nur Azizah	8135164091	2016
110	Siska Wahyuni Lestar	8135164298	2016
111	Mokhamad Nur Triawan	8135164399	2016
112	Raisha Nabila Sekars	8135164429	2016
113	Chandra Dwi Abdurrah	8135164444	2016

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Yodi, lahir di Kuningan 21 Mei 1994 yang merupakan anak kedua dari dua bersaudara pasangan Bapak Tohanda dan Ibu Ecoh Carsah. Mulai menempuh pendidikan di SD Negeri 3 Karangancana pada tahun 2001-2007, selanjutnya mengenyam Pendidikan di SMP Negeri 1 Karangancana, pada tahun 2007-2010. Lalu, meneruskan studi di SMA Negeri 1 Ciwaru jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial, pada tahun 2010-2013. Hingga menjalani studi di Universitas Negeri Jakarta pada Fakultas Ekonomi Program Studi Pendidikan Tata Niaga pada tahun 2013. Peneliti memiliki pengalaman berorganisasi, yaitu pada bangku SMP di MPK (Majelis Permusyawaratan Kelas) periode 2007-2008, anggota Pramuka periode 2008-2009, menjadi anggota OSIS (Organisasi Siswa Intra Sekolah) pada tahun 2008-2009. Kemudian pada bangku SMA menjadi anggota OSIS pada tahun 2010-2012 dan menjadi anggota Pramuka pada periode 2010-2012. Pada masa perkuliahan peneliti pernah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sukajadi Kabupaten Pandeglang pada Januari-Februari 2016. Peneliti melaksanakan Praktik Keterampilan Mengajar (PKM) di SMK Negeri 44 Jakarta pada bulan Juli-Desember 2016 dan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Kementerian Keuangan RI Jakarta Raya pada bagian Manajemen Hubungan Media dan Kelembagaan Masyarakat pada Januari-Februari 2017.