

HUBUNGAN ANTARA DISKON DAN *SERVICESCAPE* (LINGKUNGAN FISIK) DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN INDOMARET CIKARET PADA WARGA RW 012 PERUMAHAN PURI NIRWANA 2 KELURAHAN HARAPAN JAYA, KECAMATAN CIBINONG DI KABUPATEN BOGOR

RESTIA NUR RIZKY

8135134141



*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 DISCOUNT AND SERVICESCAPE
WITH PURCHASE DECISION INDOMARET CIKARET ON CITIZEN
ASSOCIATION 012 PERUMAHAN PURI NIRWANA 2 KELURAHAN
HARAPAN JAYA, CIBINONG SUB DISTRICT IN KABUPATEN BOGOR***

RESTIA NUR RIZKY

8135134141



*Building
Future
Leaders*

*Thesis is Organized As One of The Requirements For Obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economic State University of Jakarta*

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

ABSTRAK

RESTIA NUR RIZKY. Hubungan Antara Diskon dan *Servicescape* (lingkungan fisik) dengan Keputusan Pembelian Indomaret Cikaret Pada Warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong Di Kabupaten Bogor. Skripsi, Jakarta, Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilakukan di RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong Di Kabupaten Bogor, selama empat bulan terhitung sejak Maret 2017 sampai dengan Juni 2017. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara diskon dengan keputusan pembelian dan hubungan antara *servicescape* (lingkungan fisik) dengan keputusan pembelian Indomaret Cikaret Pada Warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor. Metode yang digunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah semua warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor yang melakukan pembelian di Indomaret Cikaret. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *purposive sampling* sebanyak 105 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 49,89 + 0,4864X_1$ dan $\hat{Y} = 40,46 + 0,5875X_2$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X dengan uji *Lilliefors* menghasilkan Lhitung = 0,0578 untuk Y atas X1 dan Lhitung = 0,0714 untuk Y atas X2, sedangkan Ltabel untuk n = 105 pada taraf signifikan 0,05 adalah 0,0864. Karena Lhitung < Ltabel maka galat taksiran regresi Y atas X1 dan Y atas X2 berdistribusi normal. Uji Linieritas regresi menghasilkan Fhitung < Ftabel yaitu, 1,44 < 1,62 untuk X1 dan 1,28 < 1,62 untuk X2 sehingga disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut linear. Dari uji keberartian regresi menghasilkan Fhitung > Ftabel yaitu, 49,49 > 3,91 untuk X1 dan 66,65 > 3,91 untuk X2, sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Koefisien korelasi *product moment* dari *Pearson* menghasilkan $r_{xy} = 0,570$ untuk X1 dan $r_{xy} = 0,627$ untuk X2, selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji t dan dihasilkan thitung = 7,035 untuk X1 dan thitung = 8,164 untuk X2 dan ttabel = 1,66. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi $r_{xy} = 0,570$ untuk X1 dan $r_{xy} = 0,627$ untuk X2 adalah positif dan signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 32,45% yang menunjukkan bahwa 32,45% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh diskon dan 39,29% yang menunjukkan bahwa 39,29% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh *servicescape* (lingkungan fisik).

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Diskon, *Servicescape*

ABSTRACT

RESTIA NUR RIZKY. *The Correlation Between Discount And Servicescape With Purchase Decision Indomaret Cikaret On Citizen Association 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Cibinong Sub District In Kabupaten Bogor. Study Program of Commerce Education, Faculty of Economics. State University of Jakarta.*

This research was conducted in RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Cibinong Sub District in Kabupaten Bogor, for four months, starting from March 2017 to June 2017. The purpose of this study is to determine correlation between discount with purchase decision and correlation between servicescape with purchase decision Indomaret Cikaret On Citizen Association 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Cibinong Sub District In Kabupaten Bogor. The research method used is survey method with the correlational approach, population used are all Citizen Association 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Cibinong Sub District in Kabupaten Bogor who purchase at Indomaret Cikaret. The sampling technique used technique of purposive sampling as many as 105 people. The resulting regression equation is $\hat{Y} = 49,89 + 0,4864X_1$ and $\hat{Y} = 40,46 + 0,5875X_2$. Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on X with test Lilliefors produce $L_{count} = 0,0578$ for Y on X_1 and $L_{count} = 0,0714$ for Y on X_2 , while L_{table} for $n = 105$ at 0,05 significant level is 0,0864. Because $L_{count} < L_{table}$ the estimated error regression of Y over X normally distribution. Testing Linearity of regression produces $F_{count} < F_{table}$ is $1,44 < 1,62$ for X_1 and $1,28 < 1,62$ for X_2 , so it is concluded that the linear equation regression. Hypothesis testing from the significance regression produces $F_{count} > F_{table}$ which, $49,49 > 3,91$ for X_1 and $66,65 > 3,91$ for X_2 , meaning that the regression equation is significant. Correlation coefficient of Pearson Product moment generating $r_{xy} = 0,570$ for X_1 and $r_{xy} = 0,627$ for X_2 , than performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting $t_{count} > t_{table}$, $t_{count} = 7,035$ for X_1 and $t_{count} = 8,164$ for X_2 and $t_{table} = 1,66$. It can conclude that the correlation coefficient $r_{xy} = 0,570$ for X_1 and $r_{xy} = 0,627$ for X_2 is positive and significant. The coefficient of determination obtain for is 32,45% which show that 32,45% of the variant of purchase decision is determined by discount and 39,29% which show that 39,29% of the variant of purchase decision is determined by servicescape.

Keyword : *Purchase Decision, Discount, Servicescape*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Dedi Purwana E. S. M. Bus
NIP. 196712071992031001

NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN	TANGGAL
1. <u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032011	Ketua Penguji		21 JUNI 2017
2. <u>Dra. Rochyati, M.Pd</u> NIP. 195404031985032002	Penguji Ahli		21 JUNI 2017
3. <u>Dra. Tjutju Fatimah, M.Si</u> NIP. 195311171982032001	Sekretaris		21 JUNI 2017
4. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Pembimbing I		21 JUNI 2017
5. <u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 197701112008122003	Pembimbing II		21 JUNI 2017

Tanggal Lulus : 15 JUNI 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 dikemudian 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



Restia Nur Rizky

No. Reg.8135134141

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya, dan sesungguhnya usahanya itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya), kemudian akan diberi balasan kepadanya dengan balasan yang paling sempurna”

(QS: An-Najm: 39-41)

“Pray, because Allah always listen”

(Restia Nur Rizky)

Alhamdulillahirabbil’alamin

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah Subhanu Wata’ala karena atas rahmat dan kesempatan-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa dan dukungan serta memberikan nasihat yang saya dijadikan sebagai pelajaran hidup.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan antara Diskon dan *Servicescape* (Lingkungan Fisik) dengan Keputusan Pembelian Indomaret Cikaret pada warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor”

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 kali ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan 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 serta memberikan ilmu pengetahuan yang dimiliki kepada peneliti.
3. Dita Puruwita, M.Si selaku dosen pembimbing akademik.
4. Dr. Corry Yohana, MM selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Niaga.

5. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.
7. Bapak Sukiman selaku Ketua Rukun Warga 012 yang telah memberikan izin peneliti untuk melakukan penelitian ini.
8. Warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor yang telah meluangkan waktunya.
9. Kedua orang tua tercinta Ibu Ratih Dianty Hadi dan Bapak Rizal Abidin. Adik Muhammad Rafi Nur Rahman yang selalu memberikan motivasi kepada penulis.
10. Muhammad Elsa Ramadhan yang selalu memberikan dukungan baik secara materi maupun moril.
11. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Tata Niaga B 2013.

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

Jakarta, Mei 2017

Restia Nur Rizky

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	7
D. Perumusan Masalah.....	7
E. Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORETIK	10
A. Deskripsi Konseptual	10
1. Keputusan Pembelian	10
2. Diskon.....	16
3. <i>Servicescape</i> (Lingkungan Fisik).....	21
B. Hasil Penelitian yang Relevan	28
C. Kerangka Teoretik.....	42

D. Perumusan Hipotesis.....	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	47
A. Tujuan Penelitian	47
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	47
1. Tempat Penelitian	47
2. Waktu Penelitian.....	48
C. Metode Penelitian	48
1. Metode	48
2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel.....	49
D. Populasi dan Sampling.....	50
E. Teknik Pengumpulan Data.....	51
1. Keputusan Pembelian	51
a. Definisi Konseptual.....	51
b. Definisi Operasional.....	51
c. Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian.....	52
d. Validasi Instrumen Keputusan Pembelian	54
2. Diskon.....	57
a. Definisi Konseptual.....	57
b. Definisi Operasional.....	57
c. Kisi-kisi Instrumen Diskon	57
d. Validasi Instrumen Diskon.....	59
3. <i>Servicescape</i> (Lingkungan Fisik).....	61
a. Definisi Konseptual.....	61
b. Definisi Operasional.....	62

c.	Kisi-Kisi Instrumen Servicescape (Lingkungan Fisik).....	62
d.	Validasi Instrumen Servicescape (Lingkungan Fisik).....	64
F.	Teknik Analisis Data.....	677
1.	Uji Persyaratan Analisis.....	67
a.	Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y Atas X... ..	67
b.	Uji Linieritas Regresi	688
2.	Persamaan Regresi Linier Sederhana	68
3.	Uji Hipotesis	699
a.	Uji Signifikansi Parsial.....	699
b.	Perhitungan Koefisien Korelasi	69
c.	Uji-t	70
4.	Perhitungan Koefisien Determinasi	701
	BAB IV PENELITIAN DAN PEMABAHASAN	72
A.	Deskripsi Data.....	72
1.	Keputusan Pembelian (Variabel Y)	72
2.	Diskon (Variabel X1).....	77
3.	<i>Servicescape</i> (Lingkungan Fisik).....	80
B.	Pengujian Hipotesis	85
1.	Persamaan Garis Regresi	85
2.	Pengujian Persyaratan Analisis.....	87
a.	Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X	87
b.	Uji Linieritas Regresi	89
3.	Pengujian Hipotesis Penelitian	90

C. Pembahasan.....	94
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	97
A. Kesimpulan	97
B. Implikasi	98
C. Saran	101

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

TABEL II. 1	Matriks Hasil Penelitian Terdahulu.....	37
TABEL II. 2	Persamaan dan Perbandingan Penelitian	38
TABEL III.1	Data Sampel.....	51
TABEL III.2	Kisi – Kisi Instrumen Keputusan Pembelian (Variabel Y) ...	53
TABEL III.3	Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian.....	54
TABEL III.4	Kisi – Kisi Instrumen Diskon (Variabel X1)	58
TABEL III.5	Skala Penilaian Instrumen Diskon	59
TABEL III.6	Kisi – Kisi Instrumen <i>Servicescape</i> (Variabel X2)	63
TABEL III.7	Skala Penilaian Instrumen <i>Servicescape</i>	64
TABEL IV.1	Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian.....	74
TABEL IV.2	Rata – Rata Hitung Skor Indikator Keputusan Pembelian....	76
TABEL IV.3	Distribusi Frekuensi Diskon	78
TABEL IV.4	Rata – Rata Hitung Skor Indikator Diskon	80
TABEL IV.5	Distribusi Frekuensi <i>Servicescape</i>	82
TABEL IV.6	Rata – Rata Hitung Skor Indikator <i>Servicescape</i>	84
TABEL IV.7	Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X1	88
TABEL IV.8	Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X2	89
TABEL IV.9	Anava Untuk Keberartian dan Linearitas Persamaan Regresi Diskon dengan Keputusan Pembelian.....	91
TABEL IV.10	Pengujian Signifikan Koefisien Korelasi Sederhana Antara X1 dan Y.....	92
TABEL IV.11	Anava Untuk Keberartian dan Linearitas Persamaan Regresi <i>Servicescape</i> dengan Keputusan Pembelian.....	93
TABEL IV.12	Pengujian Signifikan Koefisien Korelasi Sederhana Antara X2 dan Y.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1	Grafik Histogram Keputusan Pembelian	75
Gambar IV.2	Grafik Histogram Diskon.....	79
Gambar IV.3	Grafik Histogram <i>Servicescape</i>	83
Gambar IV.4	Grafik Hubungan antara Diskon dengan Keputusan Pembelian.....	86
Gambar IV.5	Grafik Hubungan antara <i>Servicescape</i> dengan Keputusan Pembelian.....	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Ijin Penelitian di RW 012.....	107
Lampiran 2	Surat Balasan Penelitian di RW 012.....	108
Lampiran 3	Survei Awal	109
Lampiran 4	Kuesioner Penelitian Uji Coba Y	110
Lampiran 5	Skor Uji Coba Variabel Y.....	113
Lampiran 6	Perhitungan Analisis Butir Y.....	114
Lampiran 7	Data Perhitungan Validitas Variabel Y	115
Lampiran 8	Skor Uji Coba Instrumen Setelah Validitas Variabel Y	116
Lampiran 9	Perhitungan Varians Butir, Varians Total, dan Uji Reliabilitas Variabel Y	117
Lampiran 10	Kuesioner Penelitian Uji Coba X_1	118
Lampiran 11	Skor Uji Coba Variabel X_1	121
Lampiran 12	Perhitungan Analisis Butir X_1	122
Lampiran 13	Data Perhitungan Validitas Variabel X_1	123
Lampiran 14	Skor Uji Coba Instrumen Setelah Validitas Variabel X_1	124
Lampiran 15	Perhitungan Varians Butir, Varians Total, dan Uji Reliabilitas Variabel X_1	125
Lampiran 16	Kuesioner Penelitian Uji Coba X_2	126
Lampiran 17	Skor Uji Coba Variabel X_2	128
Lampiran 18	Perhitungan Analisis Butir X_2	129
Lampiran 19	Data Perhitungan Validitas Variabel X_2	130

Lampiran 20	Skor Uji Coba Instrumen Setelah Validitas	
	Variabel X ₂	131
Lampiran 21	Perhitungan Varians Butir, Varians Total, dan Uji	
	Reliabilitas Variabel X ₂	132
Lampiran 22	Kuesioner Variabel Y	133
Lampiran 23	Kuesioner Variabel X ₁	136
Lampiran 24	Kuesioner Variabel X ₂	139
Lampiran 25	Data Mentah Variabel Y	141
Lampiran 26	Data Mentah Variabel X ₁	145
Lampiran 27	Data Mentah Variabel X ₁ dan Y	150
Lampiran 28	Rekapitulasi Skor Total Instrumen Hasil Penelitian.....	151
Lampiran 29	Perhitungan Rata – Rata, Varians dan	
	Simpangan Baku Variabel X ₁ dan Y.....	155
Lampiran 30	Tabel Perhitungan Rata – Rata, Varians dan	
	Simpangan Baku Variabel X ₁ dan Y.....	156
Lampiran 31	Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram	
	Keputusan Pembelia.....	159
Lampiran 32	Grafik Histogram Variabel Y	160
Lampiran 33	Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram	
	Diskon.....	161
Lampiran 34	Grafik Histogram Variabel X ₁	162
Lampiran 35	Perhitungan Persamaan Regresi Linear	163
Lampiran 36	Grafik Persamaan Regresi	164
Lampiran 37	Tabel Untuk Menghitung $\hat{Y} = 49,89 + 0,4864X_1$	165
Lampiran 38	Tabel Perhitungan Rata – Rata, Varians dan Simpangan	

	Baku Regresi $\hat{Y} = 49,89 + 0,4864X_1$	168
Lampiran 39	Perhitungan Rata – Rata, Varians dan Simpangan Baku Regresi $\hat{Y} = 49,89 + 0,4864X_1$	171
Lampiran 40	Perhitungan Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X_1	172
Lampiran 41	Langkah Perhitungan Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X_1	175
Lampiran 42	Perhitungan JK (G)	176
Lampiran 43	Perhitungan Uji Keberartian Regresi	179
Lampiran 44	Perhitungan Uji Kelinieran Regresi	180
Lampiran 45	Tabel Anava Untuk Keberartian dan Uji Kelinieran Regresi	181
Lampiran 46	Perhitungan Koefisien Korelasi <i>Product Moment</i>	182
Lampiran 47	Perhitungan Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t)	183
Lampiran 48	Perhitungan Koefisien Determinasi	184
Lampiran 49	Skor Indikator Dominan Variabel Y	185
Lampiran 50	Skor Indikator Dominan Variabel X_1	186
Lampiran 51	Data Mentah Variabel X_2	187
Lampiran 52	Data Mentah Variabel X_2 dan Y	192
Lampiran 53	Rekapitulasi Skor Total Instrumen Hasil Penelitian	193
Lampiran 54	Perhitungan Rata – Rata, Varians dan Simpangan Baku Variabel X_2 dan Y	194
Lampiran 55	Tabel Perhitungan Rata – Rata, Varians dan Simpangan Baku Variabel X_2 dan Y	195

Lampiran 56	Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram <i>SERVICESCAPE</i>	197
Lampiran 57	Grafik Histogram Variabel X_2	198
Lampiran 58	Perhitungan Persamaan Regresi Linear.....	199
Lampiran 59	Grafik Persamaan Regresi.....	200
Lampiran 60	Tabel Untuk Menghitung $\hat{Y} = 40,46 + 0,5875X_2$	201
Lampiran 61	Tabel Perhitungan Rata – Rata, Varians dan Simpangan Baku Regresi $\hat{Y} = 40,46 + 0,5875X_2$	204
Lampiran 62	Perhitungan Rata – Rata, Varians dan Simpangan Baku Regresi $\hat{Y} = 40,46 + 0,5875X_2$	207
Lampiran 63	Perhitungan Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X_2	208
Lampiran 64	Langkah Perhitungan Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X_2	211
Lampiran 65	Perhitungan JK (G).....	212
Lampiran 66	Perhitungan Uji Keberartian Regresi.....	214
Lampiran 67	Perhitungan Uji Kelinieran Regresi.....	216
Lampiran 68	Tabel Anava Untuk Keberartian dan Uji Kelinieran Regresi	217
Lampiran 69	Perhitungan Koefisien Korelasi <i>Product Moment</i>	218
Lampiran 70	Perhitungan Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t).....	219
Lampiran 71	Perhitungan Koefisien Determinasi.....	220
Lampiran 72	Skor Indikator Dominan Variabel X_2	221
Lampiran 73	Tabel Nilai-Nilai r <i>Product Moment</i>	222
Lampiran 74	Nilai Kritis L Untuk Uji <i>Lilliefors</i>	223
Lampiran 75	Tabel Kurva Normal	224

Lampiran 76	Tabel Nilai – Nilai untuk Distribusi t	225
Lampiran 77	Tabel Nilai-Nilai dalam Distribusi F	226
Lampiran 78	Daftar Nama Responden Uji Coba	230
Lampiran 79	Daftar Nama Responden Final.....	231

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis yang baru bagi perusahaan yang ada di Indonesia. Salah satu tantangan bisnis bagi perusahaan yang ada di Indonesia ialah dengan terwujudnya tujuan pemasaran yang dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen agar membeli produk yang ditawarkannya. Persaingan dalam dunia usaha merupakan suatu kondisi yang harus dihadapi oleh perusahaan baik dalam skala nasional, maupun internasional. Perkembangan ekonomi yang sangat pesat berdampak pada persaingan yang sangat ketat bagi pelaku bisnis, sehingga setiap perusahaan dituntut untuk lebih cermat dalam menentukan strategi pemasaran agar dapat memenangkan persaingan. Salah satunya, yaitu persaingan yang terjadi di bisnis ritel, contohnya pada pusat-pusat perbelanjaan di Indonesia.

Seiring dengan perkembangan zaman, semakin banyak perusahaan dagang yang bermunculan dalam bidang perdagangan, salah satunya adalah toko barang eceran seperti *minimarket*, *departement store* (toserba), pasar swalayan (*supermarket*) dan lain-lain. Berdirinya pusat-pusat perdagangan di Indonesia ini dikarenakan oleh adanya tuntutan masyarakat yang semakin tinggi akan kebutuhan pangan mereka, sehingga banyak pusat-pusat

perdagangan yang berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat menguasai pasar.

Penguasaan pasar merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilaksanakan oleh pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup. Berbagai cara dilakukan oleh peritel salah satunya dengan memberikan harga yang terjangkau oleh masyarakat dan menyediakan lingkungan yang aman dan nyaman kepada konsumen. Oleh karena itu, peritel harus mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumennya, serta mengembangkan suatu pemahaman mengenai bagaimana para konsumen membuat keputusan pembelian.

Saat ini semakin banyak dijumpai pusat-pusat perdagangan, salah satu dari pusat perdagangan yang berkembang di Indonesia adalah Indomaret, yang berdiri di Indonesia sejak tahun 1988. Indomaret merupakan perusahaan ritel terkemuka di Indonesia yang menyediakan kebutuhan pokok, maupun kebutuhan sehari-hari, serta melayani masyarakat umum yang bersifat majemuk¹. Dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, Indomaret seharusnya memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu kualitas produk. Konsumen cenderung memilih barang yang memiliki kualitas produk yang terbaik. Dengan kualitas produk terbaik, maka akan mempermudah konsumen dalam memilih barang yang diinginkan. Namun

¹<https://indomaret.co.id/korporat/seputar-indomaret/peduli-danberbagi/2014/01/16/sejarah-dan-visi/>. Diakses tanggal : 27 Januari 2017.

pada kenyataannya terdapat masalah mengenai kualitas produk yang kurang baik, seperti yang terjadi di Indomaret Cikaret.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan warga RW 012 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor, diperoleh informasi bahwa konsumen merasa produk yang ditawarkan oleh Indomaret Cikaret tidak semuanya baik. Hal ini disebabkan oleh karena kemasan rusak di beberapa produk minuman kemasan, sehingga menyebabkan keputusan pembelian yang cukup rendah pada perusahaan ritel tersebut.

Hasil *survey* tersebut ditunjang oleh data dari artikel *online* yang memaparkan bahwa kualitas produk yang dimiliki oleh waralaba Indomaret tidak bagus karena menjual barang yang sudah kadaluarsa. Beliau menuturkan kekecewaannya disebabkan oleh karena keju yang di beli di Indomaret tersebut sudah kadaluarsa². Hal ini dapat menyebabkan rendahnya keputusan pembelian pada perusahaan ritel tersebut.

Contoh lainnya, yaitu seperti yang dilansir dari artikel *online* diperoleh informasi bahwa di salah satu Indomaret Sukamana, Rajeg, Tangerang, konsumen mendapatkan kualitas produk Indomaret air galon Indomaret *Cleo* tidak baik. Beliau menuturkan kekecewaannya yang disebabkan oleh karena air galon Indomaret *Cleo* berlumut dan memiliki

² <http://www.kompasiana.com>, Pengalaman Komplain Di Indomaret. 2017 (http://www.kompasiana.com/ayikastrid/pengalaman-komplain-di-indomaret_551ada1781331132019de1d9) (diakses pada tanggal 27 Januari 2017).

endapan putih di bagian bawah galon³. Oleh karena hal tersebut, pada akhirnya menyebabkan rendahnya keputusan pembelian di Indomaret tersebut.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu kualitas pelayanan. Pemberian kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen kemungkinan akan meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen. Apabila konsumen merasa senang dengan kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan berdampak pada pembelian konsumen secara berulang. Hal itu dapat membuat perusahaan, bukan saja bertahan dalam menghadapi persaingan, tetapi juga akan meningkatkan omset penjualan.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan warga RW 012 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor, diperoleh informasi bahwa kualitas pelayanan Indomaret Cikaret kurang baik. Hal ini disebabkan oleh kurang tanggapnya wiraniaga dalam melayani konsumen, yang pada akhirnya menyebabkan cukup rendahnya keputusan pembelian.

Hasil *survey* tersebut ditunjang oleh data dari artikel *online* yang memaparkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Indomaret Rengas Bandung kurang baik. Hal ini dikarenakan kasir Indomaret Rengas Bandung tidak jujur. Beliau menuturkan kekecewaannya disebabkan oleh karena ketika beliau mendapatkan satu buah teh botol Sosro, akan tetapi kasir

³ <http://rumahpengaduan.com>, Air Galon Indomaret *Cleo* Berlumut Dan Kotor. 2017 (<http://rumahpengaduan.com/2013/06/18/air-galon-indomaret-cleo-berlumut-dan-kotor/>) (diakses pada tanggal 27 Januari 2017).

tersebut diam dan pura-pura tidak tahu⁴. Hal ini juga menyebabkan rendahnya keputusan pembelian di Indomaret Rengas Bandung.

Contoh lainnya, yaitu seperti yang dilansir dari artikel *online* diperoleh informasi bahwa pelayanan di Indomaret Randudongkal II kurang baik. Beliau menuturkan kekecewaannya disebabkan karena kasir bersikap tidak sopan dan tidak ramah⁵. Hal ini juga menyebabkan rendahnya keputusan pembelian di Indomaret tersebut.

Faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu diskon. Diskon merupakan salah satu faktor utama yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Semakin besar diskon yang ditawarkan, maka konsumen cenderung memiliki keinginan besar pula untuk membeli produk tersebut. Tetapi sayangnya, masih banyak diskon yang ditawarkan oleh produsen yang terbilang cukup rendah. Hal ini pada akhirnya memungkinkan terjadinya rendahnya keputusan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan warga RW 012 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor, diperoleh informasi bahwa diskon yang ditawarkan oleh Indomaret Cikaret masih terbilang cukup rendah, sehingga hal tersebut menyebabkan rendahnya keputusan pembelian pada konsumen Indomaret Cikaret.

⁴ <http://rumahpengaduan.com>, Ketidakjujuran Kasir Indomaret. 2017 (<http://rumahpengaduan.com/2013/05/27/ketidakjujuran-kasir-indomaret/>) (diakses pada tanggal 27 Januari 2017)

⁵ <https://www.kaskus.co.id>, Keluhan Terhadap Kasir Indomaret Randudongkal II. 2017 (<https://www.kaskus.co.id/thread/541456e1a4cb17b1528b4574/keluhan-terhadap-kasir-indomaret-randudongkal-ii/>) (diakses pada tanggal 27 Januari 2017)

Faktor keempat yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu *servicescape* (lingkungan fisik). Setiap toko memiliki penampilan tata letak fisik yang dapat mempersulit atau mempermudah konsumen untuk bergerak. Konsumen cenderung mencari tempat yang menurut mereka nyaman dan menyediakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan bagi mereka. Apabila toko ritel dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen, maka mereka pun kemungkinan akan tertarik untuk melakukan keputusan pembelian. Tetapi sayangnya, tidak semua perusahaan ritel menyediakan *servicescape* (lingkungan fisik) yang memadai.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan warga RW 012 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor, diperoleh informasi bahwa *servicescape* (lingkungan fisik) yang berada di Indomaret Cikaret kurang memadai. Hal ini disebabkan oleh karena adanya lahan parkir yang sempit di lingkungan Indomaret Cikaret. Oleh karena hal tersebut menyebabkan rendahnya keputusan pembelian pada konsumen Indomaret Cikaret tersebut.

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, diskon dan *servicescape* (lingkungan fisik).

Berdasarkan permasalahan-permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tentang rendahnya keputusan pembelian di Indomaret Cikaret pada Warga RW 012 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi rendahnya keputusan pembelian, yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas produk yang rendah.
2. Kualitas pelayanan yang kurang baik.
3. Sedikitnya pemberian diskon.
4. *Servicescape* (Lingkungan fisik) yang kurang memadai.

C. Pembatasan Masalah

Dari berbagai masalah yang telah diidentifikasi di atas, ternyata masalah keputusan pembelian merupakan masalah yang kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun, karena keterbatasan pengetahuan peneliti, serta ruang lingkupnya yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada masalah “Hubungan antara diskon dan *servicescape* (lingkungan fisik) dengan keputusan pembelian Indomaret Cikaret pada warga RW 012 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat hubungan antara diskon dengan keputusan pembelian?

2. Apakah terdapat hubungan antara *servicescape* (lingkungan fisik) dengan keputusan pembelian?

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Peneliti

Sebagai bahan pembelajaran di masa yang akan datang, yakni ketika menjadi seorang wirausaha ataupun bekerja di suatu perusahaan. Selain itu penelitian ini akan menambah wawasan serta pengetahuan peneliti mengenai hubungan antara diskon dan *servicescape* (lingkungan fisik) terhadap 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 nantinya mungkin dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti lainnya dalam meneliti mengenai hubungan antara diskon dan *servicescape* (lingkungan fisik) terhadap keputusan pembelian.

3. Perpustakaan

Bagi perpustakaan, semoga dapat memperkaya koleksinya dan menjadi referensi yang dapat meningkatkan wawasan berpikir ilmiah.

4. Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan diskon dan *servicescape* (lingkungan fisik). Selain itu, dengan membaca hasil

penelitian ini perusahaan akan mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mendorong keputusan pembelian bagi konsumen.

5. Masyarakat

Sebagai bahan masukan bagi masyarakat umum mengenai kajian diskon dan *servicescape* (lingkungan fisik) dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. Deskripsi Konseptual

1. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen dalam membeli suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Dengan demikian, keputusan pembelian dapat menjadi ukuran tercapai atau tidaknya tujuan suatu perusahaan.

Menurut Hawkins, *et. al.*, yang dikutip oleh Bernard T. Widjaja, juga mengatakan:

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 pembelian⁶.

Kotler juga mengemukakan bahwa, “Keputusan pembelian, yaitu beberapa tahapan yang dilewati oleh konsumen jauh sebelum pembelian aktual dilakukan”⁷.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa, proses pengambilan keputusan pembelian merupakan proses situasional yang dimulai dari *problem recognition* yang dilanjutkan

⁶ Bernard T. Widjaja, *Lifestyle Marketing*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), h. 31.

⁷ Philip Kotler & Kevin lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid I*, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), h. 235.

dengan pencarian informasi untuk memecahkan masalah dengan beberapa tahapan yang dilewati oleh konsumen jauh sebelum pembelian aktual dilakukan.

Mowen dan Minor mengatakan bahwa :

Pengambilan keputusan konsumen, meliputi semua proses yang dilalui konsumen dalam mengenali masalah, mencari solusi, mengevaluasi alternatif dan memilih di antara pilihan-pilihan pembelian mereka⁸.

Suharno dan Yudi Sutarso juga berpendapat bahwa :

“Keputusan pembelian adalah tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya”⁹.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan konsumen meliputi semua proses yang dilalui konsumen dimana pembeli telah menentukan pilihannya dalam pembelian produk.

Nugroho J. Setiadi mengatakan bahwa, “Proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian”¹⁰.

Selanjutnya, Buchari Alma mengemukakan bahwa konsumen memiliki motif-motif pembelian yang mendorongnya untuk melakukan pembelian, terdiri dari:

⁸ John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen Jilid 2 Edisi Kelima*, (Jakarta: Erlangga, 2002), h. 2.

⁹ Suharno dan Sutarso, Yudi, *Marketing in Practice*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 96.

¹⁰ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 16.

1. Motif Pembelian Primer (*Primary Buying Motive*).
2. Motif Pembelian Selektif (*Selective Buying Motive*).
3. Motif Pembelian Perlindungan (*Patronage Buying Motive*)”¹¹.

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa, terdapat tiga tahapan motif yang mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Menurut Schiffman dan Kanuk mengatakan bahwa, “*Purchase decision is the selection of an option from two or more alternative choices, a choice of alternatives must be available*”¹².

Artinya, keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan, dengan pilihan alternatif yang tersedia.

Selain itu, Harper W. Boyd dan Orville C. Walker mengungkapkan bahwa “*Purchase decision making is essentially a problem-solving process in deciding which products and brands to buy*”¹³.

Artinya, pengambilan keputusan pembelian merupakan sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah dalam menentukan produk dan merek yang akan dibeli.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa, pengambilan keputusan pembelian merupakan pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan dalam menentukan produk dan merek yang akan dibeli.

¹¹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 97.

¹² Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk, *Consumer Behavior Eighth Edition*, (New Jersey: Pearson Prentice Hall Inc, 2004), h. 547.

¹³ Harper W. Boyd and Orville C. Walker, *Marketing Management: A Strategic Approach*, (Tokyo: Toppan Co, 1992), h. 112.

Kotler mengemukakan bahwa, “Konsumen melewati lima tahap proses keputusan pembelian, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pascapembelian”¹⁴.

Selain itu, Philip Kotler dan Gary Armstrong mengungkapkan bahwa, “Proses keputusan pembeli terdiri dari lima tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku paska pembelian”¹⁵.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa, ada beberapa proses tahapan dalam melakukan keputusan pembelian.

Buchari Alma mengatakan bahwa keputusan pembelian terdiri dari lima tahapan dasar, yaitu:

1. *Need Recognition* (pengenalan kebutuhan).
2. *Information Search* (pencarian informasi).
3. *Evaluation of Alternatives* (evaluasi alternatif).
4. *Purchase Decision* (keputusan pembelian).
5. *Postpurchase Behavior* (perilaku paska pembelian)¹⁶.

Proses keputusan pembelian:

1. Pengenalan kebutuhan (*Need Recogniton*) adalah seseorang merasakan adanya dorongan untuk membeli sesuatu. Dorongan tersebut bisa datang dari dalam

¹⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, (Jakarta: PT. Prenhallindo, 1997), h. 171.

¹⁵ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid I*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 179.

¹⁶ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 104.

(internal), misalnya diri sendiri atau karena dorongan dari luar (eksternal), misalnya pengaruh orang lain.

2. Pencarian informasi (*Information Search*) mengenai mau membeli apa, model bagaimana, dimana, maka seseorang mencari informasi yang dapat diperoleh dari sumber pribadi, seperti keluarga, teman. Dari sumber komersial seperti, iklan dan dari pengalaman masa lalu, pernah menggunakan suatu produk tersebut.
3. Evaluasi Alternatif (*Evaluation of Alternatives*) adalah cara konsumen dalam menggunakan informasi yang telah didapatkan untuk memilih dua atau lebih alternatif produk.
4. Keputusan pembelian (*Purchase Decision*) adalah suatu sikap yang diambil oleh konsumen dalam membeli produk mana yang paling disukai.
5. Perilaku paska pembelian (*Postpurchase Behavior*) adalah suatu proses terakhir dalam keputusan pembelian yang dimana menentukan konsumen akan melakukan pembelian secara terus menerus berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan mereka.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat lima tahapan dasar dalam proses keputusan pembelian yaitu *Need Recognition* (pengenalan kebutuhan), *Information Search* (pencarian informasi), *Evaluation of Alternatives* (evaluasi alternatif), *Purchase Decision*

(keputusan pembelian) dan *Postpurchase Behavior* (perilaku paska pembelian).

Swastha dan Irawan mengemukakan bahwa:

Keputusan pembelian merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri atas enam tahap, yaitu menganalisa keinginan dan kebutuhan; menilai beberapa sumber yang ada; menetapkan tujuan pembelian; mengidentifikasi alternatif pembelian; mengambil keputusan untuk membeli dan perilaku sesudah pembelian¹⁷.

Dari pendapat tersebut, disimpulkan bahwa pendekatan penyelesaian masalah dalam keputusan pembelian terdiri dari enam tahap.

Maka, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah proses penyelesaian masalah pembelian yang mana pembeli atau konsumen melakukan pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan yang ada sebelum pada akhirnya membeli.

Keputusan pembelian dapat diukur dengan empat dimensi. Dimensi pertama adalah pengenalan kebutuhan dengan indikator pertama, yaitu rangsangan internal dengan sub indikator diri sendiri; indikator kedua, yaitu rangsangan eksternal dengan sub indikator pengaruh orang lain (tetangga). Dimensi kedua adalah pencarian informasi dengan indikator pertama, yaitu sumber pribadi dengan sub indikator pertama, yaitu keluarga (ibu, kakak dan adik), sub indikator kedua, yaitu teman; indikator yang kedua, yaitu sumber komersial dengan sub indikatornya ialah iklan (dalam bentuk brosur). Dimensi

¹⁷ Basu Swastha & Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2008), h. 120.

ketiga adalah evaluasi alternatif dengan indikator, yaitu memilih di antara dua atau lebih alternatif produk. Dimensi keempat adalah pembelian dengan indikator pertama, yaitu sikap dengan sub indikator pertama adalah membeli produk yang disukai.

2. Diskon

Setiap perusahaan dapat memberikan diskon kepada konsumen. Ini merupakan salah satu cara yang paling sering digunakan untuk menarik perhatian konsumen agar membeli barang yang ditawarkan. Diskon dapat diberikan kepada konsumen pada saat pembelian dimana konsumen dapat membayar produk dibawah harga normal. Dengan memberikan diskon terhadap konsumen, memungkinkan konsumen tertarik untuk melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak.

Menurut Harmaizar Zaharudin menyatakan bahwa “Potongan harga (diskon) merupakan suatu kebijaksanaan pelanggan atas *volume* pembelian, pembayaran tunai, pembayaran dimuka, cuci gudang dan sebagainya”¹⁸.

Sedangkan, Michael Levy dan Barton A. Weitz memaparkan bahwa, “*Discount store is a retailer that offers a broad variety of merchandise, limited service, and low prices*”¹⁹.

¹⁸ Harmaizar Zaharudin, *Menggali Potensi Wirausaha*, (Bekasi: CV. Dian Anugerah Prakasa, 2006), h. 85.

¹⁹ Michael Levy & Barton A. Weitz, *Retailing Management Fifth Edition*, (Mc. Graw Hill, 2004), h. 48.

Artinya, toko diskon adalah sebuah toko diskon pengecer yang menawarkan berbagai barang dagangan, layanan terbatas dan harga murah.

Dari pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Potongan harga (diskon) merupakan suatu kebijaksanaan pelanggan yang menawarkan berbagai barang dagangan, layanan terbatas dan harga murah.

Philip Kotler dan Gary Armstrong menyatakan bahwa, “Diskon adalah pengurangan langsung dari harga barang pada pembelian selama suatu periode waktu yang dinyatakan”²⁰.

Sedangkan, Harper W. Boyd mengatakan bahwa, “Potongan harga sama dengan diskon karena berusaha mendorong anggota-anggota saluran atau pelanggan akhir untuk terlibat dalam perilaku spesifik dalam mendukung produk”²¹.

Berdasarkan teori diatas, dapat disimpulkan bahwa Diskon adalah pengurangan langsung dari harga barang yang mendorong pelanggan akhir untuk terlibat melakukan pembelian produk.

Gary Armstrong dan Philip Kotler menyatakan bahwa, “*Discount and allowance is reducing to reward customer responses, such as paying early or promoting the product*”²².

²⁰ Philip Kotler&Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan Jilid 2*, (Erlangga, 2001), h. 178.

²¹ Harper W. Boyd, *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*, (Jakarta: Erlangga, 2005), h. 24.

²² Gary Armstrong & Philip Kotler, *Marketing : An Introduction 8/e*, (Pearson Prentice hall, 2007), h. 278.

Artinya, diskon dan potongan harga adalah pengurangan sebagai penghargaan atas respon konsumen, seperti memberikan pembayaran pada awal waktu atau mempromosikan produk mereka.

Sedangkan, Aaron Shepard mengatakan bahwa, "*Discount is stated as a percentage of the list price*"²³.

Artinya, diskon dinyatakan sebagai persentase dari harga.

Dari pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa diskon adalah pengurangan sebagai penghargaan atas respon konsumen yang dinyatakan sebagai persentase dari harga.

Philip Kotler menyatakan bahwa, "*Discount is basic price to reward customer for such act as early payment, volume purchases and off-season buying*"²⁴.

Artinya, diskon adalah harga dasar untuk menghargai pelanggan disebabkan mereka telah melakukan pembayaran yang lebih cepat, pembelian dalam jumlah besar dan pembelian di luar musim.

Dari pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemberian diskon bertujuan untuk menghargai pelanggan yang melakukan pembayaran lebih awal hingga pembelian diluar musim.

Bart Van Looy, Paul Gemmel dan Roland Van Dierdonck memaparkan bahwa :

²³ Aaron Shepard, *Pod For Profit*, (Washington: Friday Harbour, 2010), h. 105.

²⁴ Philip Kotler, *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control Ninth Edition, International Edition*, (Prentice Hall, 1997), h. 511.

Examples of promotional goals and their complementary actions are :

1. *Quantity discounts*
The service provider offers discount to customer dealing in greater volume.
2. *Temporary discounts (time shift)*
Prices are lower at certain times or on certain days.
3. *Promotional discounts (generate trial)*
The service can be set a lower price for limited period of time to attract new customer²⁵.

Artinya, contoh tujuan promosi dan perilaku pelengkap mereka adalah 1. Diskon kuantiti – Pemberi jasa menawarkan diskon kepada konsumen yang membeli dalam jumlah besar. 2. Diskon sementara – harga murah untuk waktu tertentu atau hari-hari tertentu. 3. Diskon promosi – pembayaran jasa yang murah untuk waktu terbatas untuk menarik konsumen baru.

Dari pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa tujuan promosi dan perilaku pelengkap terdiri dari *quantity discounts* (diskon kuantitas), *temporary discounts* (diskon sementara) dan *promotional discounts* (diskon promosi).

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller memaparkan bahwa bentuk-bentuk diskon terdiri dari :

1. Diskon tunai
Penurunan harga bagi pembeli yang segera membayar tagihan.
2. Diskon kuantitas
Penurunan harga bagi orang yang membeli dalam jumlah besar.
3. Diskon fungsional
Ditawarkan produsen kepada anggota-anggota saluran perdagangan jika mereka melakukan fungsi tertentu.

²⁵ Bart Van Looy, Paul Gemmel & Roland Van Dierdonck, *Services Management: An Integrated Approach second edition*, (FT Pentice Hall, 2003), h. 119.

4. Diskon musim

Penurunan harga untuk orang yang membeli barang atau jasa diluar musim²⁶.

Sedangkan, Gary Armstrong dan Philip Kotler menyatakan bahwa :

The many form of discount, include a cash discount is a price reduction to buyers who pay their promptly, a quantity discount is a price reduction to buyers who buy large volumes, a functional discount (also called a trade discount) is offered by the seller to trade channel members who perform certain functions, such as selling, storing and record keeping. A seasonal discount is a price reduction to buyers who buy merchandise or service out of season²⁷.

Artinya, terdapat banyak jenis dari diskon, termasuk diskon tunai, yaitu pengurangan harga untuk pembeli yang membayar tagihan mereka segera, diskon kuantitas adalah pengurangan harga bagi pembeli yang membeli dengan volume besar, diskon fungsional (disebut juga diskon perdagangan) yang ditawarkan oleh penjual untuk anggota saluran pedagang yang menjalankan fungsi tertentu seperti menjual, menyimpan dan pencatatan. Diskon musiman adalah pengurangan harga bagi pembeli yang membeli barang atau jasa diluar musim.

Dari pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat empat bentuk – bentuk diskon yaitu diskon tunai (*cash discount*), diskon kuantitas (*quantity discount*), diskon fungsional (*functional discount*) dan diskon musim (*seasonal discount*).

²⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid 2*, (PT Indeks, 2007), h. 104.

²⁷ Gary Armstrong & Philip Kotler, *Marketing: An Introduction 8/e*, (Pearson Prentice Hall, 2007), h. 278-279.

Berdasarkan pada pendapat ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa diskon adalah pengurangan sebagai penghargaan atas respon pembayaran yang dilakukan oleh konsumen.

Diskon dapat diukur dengan beberapa indikator, yaitu indikator pertama pengurangan kuantitas (*Quantity Discount*) dengan sub indikator pertama, yaitu beli 2 dapat 1 dan sub indikator kedua ialah paket produk. Indikator kedua pengurangan musiman (*Seasonal Discount*) dengan sub indikator pertama, yaitu tahun baru, kemudian sub indikator kedua, yaitu idul fitri dan sub indikator ketiga adalah natal.

3. *Servicescape* (Lingkungan Fisik)

Setiap konsumen mungkin akan selalu menginginkan untuk memperoleh atau menemui lingkungan fisik yang menarik atau memadai dari suatu toko ritel tertentu, sehingga berbelanja menjadi suatu pengalaman yang menyenangkan dengan berada di lingkungan fisik seperti tersebut diatas.

Menurut Valerie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner menyatakan bahwa “*Element of servicescape that affect customers include both exterior attributes (such as signage, parking, landscape) and interior attributes (such as design, layout, equipment, decor)*”²⁸.

Artinya, elemen dari lingkungan fisik yang mempengaruhi pelanggan mencakup atribut eksterior (seperti tanda, parkir,

²⁸ Valerie A. Zeithaml & Mary Jo Bitner, *Service Marketing: Integrating CustomerFocus Across The Firm Third Edition, International Edition*,(Mc.Graw Hill, 2004), h. 283.

landscape) dan atribut interior (seperti desain, tata letak, peralatan dan dekorasi).

Dari pendapat tersebut, disimpulkan bahwa cakupan dari elemen lingkungan fisik terdiri dari atribut eksterior dan atribut interior.

Sureshchadar *et al.*, dalam D. Wahyu Ariani, memaparkan bahwa, “*Servicescape* (lingkungan fisik) merupakan faktor yang nampak dalam organisasi jasa adalah lingkungan fisik pemberi jasa”²⁹.

Selain itu, Valeria A. Zeithaml and Mary Jo Bitner menjelaskan bahwa:

*Physical evidence as the environment, in which the service is delivered and in which the firm and the consumer interact and any tangible commodities that facilitate performance or communication of the service*³⁰.

Artinya, lingkungan fisik adalah lingkungan dimana jasa diberikan dan dimana perusahaan dan pelanggan berinteraksi satu sama lain, serta setiap komoditas nyata yang memfasilitasi kinerja atau komunikasi dari jasa tersebut.

Dari pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa lingkungan fisik merupakan lingkungan yang memberikan layanan dan interaksi dengan memfasilitasi kinerja atau komunikasi layanan kepada perusahaan dan pelanggan .

²⁹ Wahyu Ariani, *Manajemen Operasi Jasa*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), h. 187.

³⁰ Valerie A. Zeithaml, Bitner & Gramler, *Service Marketing: Integrating customer Focus Across The Firm 5 Ed, International Ed*, (Mc. Graw Hill, 2009), h. 313.

Menurut Valerie A Zeithaml dan Mary Jo Bitner mengemukakan bahwa:

Some services environment are very simple with few elements, few spaces and few pieces of equipment. Such environments are termed lean. Ticketron outlet and federal express drop off kiosks would be considered lean environments, as both provide service form one simple structure. Other servicescape are very complicated with many element and many forms. An examples is a hospital with its many floors, rooms, sophisticated equipment and complex variability in functions performed within the physical facility³¹.

Artinya, beberapa perusahaan jasa memiliki beberapa elemen sederhana dari lingkungan fisik yang mereka sediakan bagi konsumen mereka. Tempat tiket dan tempat penurunan barang dapat dikatakan sebagai lingkungan yang memadai bagi konsumen karena keduanya menyediakan layanan sederhana. Lingkungan fisik lainnya sangat rumit dengan banyak elemen bentuk. Contohnya adalah rumah sakit dengan dengan banyak lantai, kamar, peralatan canggih dan fasilitas lainnya.

Dari teori diatas dapat disimpulkan bahwa kompleksitas lingkungan fisik memiliki beberapa jasa lingkungan yang sangat sederhana yang terdiri dari beberapa elemen, beberapa ruang dan beberapa potong peralatan.

James A Fitzsimmons menyatakan elemen dari *servicescape* adalah :

1. *Ambient conditions* (Kondisi ambient)

³¹ *Ibid.*, h. 318.

2. *Spatial layout* (Tata ruang)
3. *Signs, symbols and artifact* (Tanda, simbol dan artifak)³².

Kondisi *ambient* atau latar belakang lingkungan kita seperti suhu, pencahayaan, suara, musik dan aroma. kondisi *ambient* dapat mempengaruhi semua lima indera kita. Misalnya, tempo musik dapat mempengaruhi kecepatan pelanggan berbelanja, lama tinggal dan jumlah uang yang dihabiskan. Tata ruang dan fungsional-penataan perabot dan peralatan dan hubungan diantara mereka menciptakan visual dan fungsional untuk penyediaan layanan. Tanda, simbol dan artefak banyak *item* dalam lingkungan fisik berfungsi sebagai sinyal eksplisit atau implisit yang mengkomunikasikan norma-norma yang dapat diterima perilaku. Tanda-tanda eksplisit, seperti “dilarang merokok”, “daur ulang sampah” hal ini mendorong tindakan yang bertanggung jawab.

Dari pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa lingkungan fisik (*servicescape*) terdiri dari beberapa elemen atau unsur yaitu *ambient conditions* (kondisi ambient), *spatial layout* (tata ruang) dan *Signs, symbols and artifact* (Tanda, simbol dan artifak).

Sama halnya dengan Valarie A Zeithaml, Mary Jo Bitner and Dwayne D. Gremler menyatakan indikator dari *servicescape* adalah :

1. *Ambient conditions* (Kondisi ambien)
2. *Spatial layout and functionality* (Tata ruang dan fungsionalitas)
3. *Signs, symbols and artifact* (Tanda, symbol dan artifak)

³² James A. Fitzsimmons & Mona J Fitzsimmons. *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology 7 Edition*, (Mc. Graw Hill, 2010), h. 157.

4. *Other environmental symbols and artifact* (Simbol lingkungan lainnya dan artifak)³³.

Lingkungan fisik (*servicescape*) memiliki empat indikator yaitu kondisi ambient yang meliputi suhu, pencahayaan, kebisingan, musik, aroma dan warna. Tata ruang mengacu pada mesin, peralatan dan perabotan dan ukuran & bentuk barang-barang. Fungsionalitas mengacu pada kemampuan item yang sama untuk fasilitas pencapaian tujuan pelanggan dan karyawan. Pentingnya tata letak fasilitas ini khususnya tampak dalam ritel, perhotelan dan rekreasi. Simbol yang memiliki komunikasi eksplisit seperti tanda-tanda yang ditampilkan pada eksterior dan interior struktur misalnya penggunaan label (untuk perusahaan, nama departement dan sebagainya), untuk tujuan direksional (pintu masuk, pintu keluar), serta komunikasi implisit untuk pengguna tentang makna tempat, norma-norma dan harapan berperilaku ditempat tersebut.

Marry Jo Bitner, Luomala, Mattila dan Wirtz dalam C. Michael Hall dan Mitchell mengemukakan bahwa:

*The servicescape is regarded as important for consumer experiences because this environment gives customer and employees tangible and intangible signs and signal about potential service deliver, as well as the level of pleasure and arousal of the customer*³⁴.

Artinya, lingkungan fisik adalah penting bagi pengalaman konsumen karena lingkungan ini memberikan konsumen dan

³³ Valerie A. Zeithaml, Bitner & Gramler, *Op. Cit.*, h.331-335.

³⁴ C. Michael Hall and Richard Mitchell, *Wine Marketing: A Partical Guide*, (Burlington: Elsevier, 2008), h. 179.

karyawan tanda-tanda yang nampak, maupun yang tidak nampak mengenai penghantaran jasa yang memadai bagi pelanggan, serta berkaitan dengan level kenyamanan bagi konsumen.

Dari pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa lingkungan fisik adalah hal yang penting bagi pengalaman konsumen salah satunya yang berkaitan dengan level kenyamanan konsumen.

Zeithaml menjelaskan bahwa :

Organization differ in term of whom the servicescape will affect. That is who actually comes into the sevice facility and thus, is potentially influenced by its design customers, employees or both group³⁵.

Artinya, organisasi berbeda dalam hal lingkungan fisik yang akan mempengaruhinya, yaitu siapa yang akan mendatangi atau menggunakan fasilitas jasa yang diberikan dan dengan demikian, berpotensi untuk mempengaruhi pelanggan, karyawan atau keduanya.

Dari teori diatas dapat disimpulkan bahwa lingkungan fisik dalam organisasi akan mempengaruhi pelanggan dan karyawan yaitu orang yang akan mendatangi dan menggunakan fasilitas jasa yang diberikan.

John C. Mowen dalam D. Wahyu Ariani menguraikan bahwa:

Lingkungan fisik merupakan fisik dan tempat yang kongkrit dari lingkungan yang meliputi suatu kegiatan konsumen. Stimuli, seperti warna, suara, penerangan, cuaca dan suasana ruang orang atau benda³⁶.

³⁵ Valerie A. Zeithaml, Bitner & Gramler, *Op. Cit.*, h.317.

³⁶ D. Wahyu Ariani, *Op. Cit.*, h. 187.

Berdasarkan teori diatas, lingkungan fisik meliputi suatu kegiatan konsumen berupa fisik dan tempat yang kongkrit yang dipengaruhi adanya stimuli seperti warna, suara, penerangan, cuaca dan suasana orang atau benda.

Lovelock menjelaskan bahwa, *“Physical evidence gives clues to the quality of service and, in some cases, will strongly influence how customers (especially inexperienced ones) evaluate the service”*³⁷.

Artinya, lingkungan fisik memberikan petunjuk mengenai kualitas layanan dan dalam beberapa kasus akan sangat mempengaruhi bagaimana pelanggan (khususnya yang kurang berpengalaman) mengevaluasi layanan yang diberikan.

Dari pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa lingkungan fisik memberikan petunjuk untuk kualitas layanan dalam mengevaluasi layanan.

Sehingga, dapat disimpulkan bahwa lingkungan fisik adalah lingkungan dimana jasa diberikan dan dimana perusahaan ritel dan konsumen saling berinteraksi satu sama lain.

Lingkungan fisik (*servicescape*) terbagi atas beberapa dimensi, yaitu dimensi yang pertama adalah kondisi *ambient* dengan indikator pertama, yaitu suhu udara dengan sub indikator pertama, yaitu sejuk dan sub indikator kedua, yaitu panas, dengan indikator kedua, yaitu

³⁷ Christopher Lovelock & Lauren Wright, *Principles of Service Marketing and Management*, (Prentice Hall: Library of Congress, 1999), h. 53.

pencahayaannya dengan sub indikator pertama, yaitu terang dan sub indikator kedua, yaitu gelap, indikator ketiga suara dengan sub indikator pertama, yaitu suara bising pelanggan dan sub indikator kedua, yaitu suara bicara karyawan, dengan indikator keempat musik dengan sub indikator pertama, yaitu cepat dan sub indikator kedua, yaitu lambat, dengan indikator kelima aroma. Dimensi kedua, yaitu pengaturan tata ruang dengan indikator pertama, yaitu peralatan dengan sub indikator pertama berupa *cash register*, sub indikator kedua yaitu keranjang dan sub indikator ketiga yaitu *generator set (genset)*. Dimensi ketiga, yaitu simbol dengan indikator pertama berupa tanda *no smoking area*.

B. Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian serupa pernah dilakukan oleh :

1. Faridha Anggraeni dan Prijati dengan judul “**Pengaruh Promosi, Diskon dan *Impulse Buying* Terhadap Keputusan Pembelian *Hypermarket* PTC Surabaya**”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 05, Nomor 07, tahun 2016, *ISSN*: 2461-0593, Hal. 1-15.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi penjualan, diskon dan *impulse buying* terhadap keputusan pembelian pada *Hypermarket* PTC di Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk di *Hypermarket* PTC Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan sampel sebesar 100 orang. Sedangkan teknik analisa

yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil pengujian menunjukkan pengaruh variabel promosi penjualan, diskon dan *impulse buying* terhadap keputusan pembelian pada *Hypermarket* PTC di Surabaya adalah signifikan.

Sedangkan, untuk penelitian yang peneliti lakukan pada saat ini adalah berjudul hubungan antara diskon dan *servicescape* (lingkungan fisik) terhadap keputusan pembelian Indomaret Cikaret pada warga RW 012 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan diskon dengan keputusan pembelian dan *servicescape* (lingkungan fisik) dengan keputusan pembelian sedangkan pada penelitian terdahulu tujuan penelitian yaitu untuk menganalisis pengaruh promosi penjualan, diskon dan *impulse buying* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini terdiri dari 3 variabel, yaitu variabel terikat adalah keputusan pembelian yang diberi simbol Y dan variabel bebas adalah diskon yang diberi simbol X_1 dan *servicescape* (lingkungan fisik) yang diberi simbol X_2 sebagai variabel yang mempengaruhi sedangkan dalam penelitian terdahulu terdiri dari 4 variabel, yaitu variabel terikat adalah keputusan pembelian yang diberi simbol Y dan variabel bebas adalah promosi yang diberi simbol X_1 , diskon yang diberi simbol X_2 dan *impulse buying* yang diberi simbol X_3 . Tempat penelitian pada penelitian ini di Indomaret Cikaret sedangkan tempat penelitian pada penelitian

terdahulu di *Hypermarket* PTC Surabaya. Metode penelitian yang digunakan metode *survey* dengan pendekatan korelasional. Hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini adalah diskon diduga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan *servicescape* (lingkungan fisik) diduga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* sama dengan penelitian terdahulu. Jenis data yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah data primer sedangkan jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dalam bentuk kuesioner dengan model skala *likert* untuk menguji instrumen. Proses validasi instrumen menggunakan koefisien korelasi. Sedangkan, realibilitas terhadap butir-butir pernyataan kuesioner menggunakan rumus *Alpha cronbach*, serta teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana dan korelasi sedangkan teknik analisis data dalam penelitian terdahulu adalah regresi linier berganda.

2. Rizky Y.S Emor dan Agus Supandi Soegoto dengan judul “**Pengaruh Diskon, Citra Merek, dan *Servicescape* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret Tanjung Batu**”. Jurnal EMBA, Vol. 3, No. 2, Tahun 2015, ISSN: 2303-1174, Hal. 738-748.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh diskon, citra merek dan *servicescape* terhadap keputusan pembelian konsumen

baik simultan maupun parsial. Jenis penelitian yang digunakan asosiatif. Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin, sebanyak 100 sampel. Alat analisis menggunakan uji regresi berganda dan uji hipotesis F dan t. Hasil penelitian menunjukkan baik secara simultan maupun parsial diskon, citra merek dan *servicescape* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Sedangkan, untuk penelitian yang peneliti lakukan pada saat ini adalah berjudul hubungan antara diskon dan *servicescape* (lingkungan fisik) terhadap keputusan pembelian Indomaret Cikaret pada warga RW 012 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan diskon dengan keputusan pembelian dan *servicescape* (lingkungan fisik) dengan keputusan pembelian sedangkan pada penelitian terdahulu tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh diskon, citra merek dan *servicescape* terhadap keputusan pembelian konsumen baik simultan maupun parsial. Penelitian ini terdiri dari 3 variabel, yaitu variabel terikat adalah keputusan pembelian yang diberi simbol Y dan variabel bebas adalah diskon yang diberi simbol X_1 dan *servicescape* (lingkungan fisik) yang diberi simbol X_2 sebagai variabel yang mempengaruhi sedangkan dalam penelitian terdahulu terdiri dari 4 variabel, yaitu variabel terikat adalah keputusan pembelian yang diberi simbol Y dan variabel bebas adalah diskon yang diberi simbol X_1 , citra merek yang diberi simbol

X_2 dan *servicescape* yang diberi simbol X_3 . Tempat penelitian pada penelitian ini di Indomaret Cikaret sedangkan tempat penelitian pada penelitian terdahulu di Indomaret Tanjung Batu. Metode penelitian yang digunakan metode *survey* dengan pendekatan korelasional. Hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini adalah diskon diduga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan *servicescape* (lingkungan fisik) diduga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, sedangkan teknik pengambilan sampel pada penelitian terdahulu menggunakan rumus Slovin. Jenis data yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah data primer sedangkan jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dalam bentuk kuesioner dengan model skala *likert* untuk menguji instrumen. Proses validasi instrumen menggunakan koefisien korelasi. Sedangkan, realibilitas terhadap butir-butir pernyataan kuesioner menggunakan rumus *Alpha cronbach*, serta teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana dan korelasi sedangkan teknik analisis data dalam penelitian terdahulu adalah uji regresi berganda dan uji hipotesis F dan t.

3. Yildirim Yildirim dan Orcun Aydin dengan judul “*Investigation of the Effects of Discount Announcements on Consumer’s Purchase Decisions: A Case Study in Supermarket*”. *Elsevier Procedia - Social*

and Behavioral Sciences, Vol. 62, No. 1, September 2012, ISSN: 1877-0428, pages 1235-1244.

In this paper, we studied the effect of supermarket announces on customer behaviours while shopping. We privewed the correlations on graphs. Afterwards we used the correlation test to make inference with SPSS (PASW18) software. We found the Pearson Correlation coefficient between number of announces heard by the customers and expenditures on products at discount. Artinya, dalam penelitian ini kami mempelajari mengenai pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian. Analisis data statistik menggunakan korelasi *pearson* dengan bantuan SPSS 18. Hasilnya adalah diskon berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Sedangkan, untuk penelitian yang peneliti lakukan pada saat ini adalah berjudul hubungan antara diskon dan *servicescape* (lingkungan fisik) terhadap keputusan pembelian Indomaret Cikaret pada warga RW 012 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan diskon dengan keputusan pembelian dan *servicescape* (lingkungan fisik) dengan keputusan pembelian sedangkan pada penelitian terdahulu tujuan penelitian yaitu untuk mempelajari mengenai pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini terdiri dari 3 variabel, yaitu variabel terikat adalah keputusan pembelian yang diberi simbol Y dan variabel bebas adalah diskon

yang diberi simbol X_1 dan *servicescape* (lingkungan fisik) yang diberi simbol X_2 sebagai variabel yang mempengaruhi sedangkan dalam penelitian terdahulu terdiri dari 2 variabel, yaitu variabel terikat adalah keputusan pembelian yang diberi simbol Y dan variabel bebas adalah diskon yang diberi simbol X. Tempat penelitian pada penelitian ini di Indomaret Cikaret sedangkan tempat penelitian pada penelitian terdahulu di Supermarket. Metode penelitian yang digunakan metode *survey* dengan pendekatan korelasional. Hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini adalah diskon diduga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan *servicescape* (lingkungan fisik) diduga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* sama dengan penelitian terdahulu. Jenis data yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah data primer sedangkan jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dalam bentuk kuesioner dengan model skala *likert* untuk menguji instrumen. Proses validasi instrumen menggunakan koefisien korelasi. Sedangkan, realibilitas terhadap butir-butir pernyataan kuesioner menggunakan rumus *Alpha cronbach*, serta teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana dan korelasi sedangkan teknik analisis data dalam penelitian terdahulu menggunakan SPSS 18.

4. Sheetal Patil dengan judul “***Impact of Retail Servicescape on Buying Behavior***”. *BVIMSR's Journal of Management Research*, Vol. 6, Issue 1, April 2014, ISSN: 0976-4739, Pages 10-17.

The objective of the research to understand the influence of total store servicescape on buying behavior. This study was conducted in the context of women cosmetics users shopping at supermarkets in Pune City. Its intercept survey methodology was employed to collect the data and 102 completed responses we used for the data analyses. All the constructs had acceptable levels of composite reliability and convergent and discriminant validity. The data were analyzed by SPSS-20.0 software. The multiple regression analysis showed servicescape as a significant factor towards buying behavior. Artinya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami pengaruh lingkungan fisik toko terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan di supermarket khususnya untuk pelanggan kosmetik wanita di kota Pune. Untuk pengumpulan data digunakan metode *survey* dengan sebanyak 102 responden. Data analisisnya menggunakan reliabilitas, validitas dan regresi berganda dengan menggunakan SPSS 20. Hasilnya menunjukkan bahwa lingkungan fisik berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Sedangkan, untuk penelitian yang peneliti lakukan pada saat ini adalah berjudul hubungan antara diskon dan *servicescape* (lingkungan fisik) terhadap keputusan pembelian Indomaret Cikaret pada warga

RW 012 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan diskon dengan keputusan pembelian dan *servicescape* (lingkungan fisik) dengan keputusan pembelian sedangkan pada penelitian terdahulu tujuan penelitian yaitu untuk memahami pengaruh lingkungan fisik toko terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini terdiri dari 3 variabel, yaitu variabel terikat adalah keputusan pembelian yang diberi simbol Y dan variabel bebas adalah diskon yang diberi simbol X_1 dan *servicescape* (lingkungan fisik) yang diberi simbol X_2 sebagai variabel yang mempengaruhi sedangkan dalam penelitian terdahulu terdiri dari 2 variabel, yaitu variabel terikat adalah keputusan pembelian yang diberi simbol Y dan variabel bebas adalah *servicescape* (lingkungan fisik) yang diberi simbol X. Tempat penelitian pada penelitian ini di Indomaret Cikaret sedangkan tempat penelitian pada penelitian terdahulu di supermarket kota Pune. Metode penelitian yang digunakan metode *survey* dengan pendekatan korelasional. Hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini adalah diskon diduga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan *servicescape* (lingkungan fisik) diduga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah data primer

sedangkan jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dalam bentuk kuesioner dengan model skala *likert* untuk menguji instrumen. Proses validasi instrumen menggunakan koefisien korelasi. Sedangkan, realibilitas terhadap butir-butir pernyataan kuesioner menggunakan rumus *Alpha cronbach*, serta teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana dan korelasi sedangkan teknik analisis data dalam penelitian terdahulu menggunakan SPSS 20.

Tabel II.1

Matriks Hasil Penelitian Terdahulu

No	Judul	Peneliti	Variabel	Diskon	<i>Servicescape</i> (Lingkungan Fisik)	Keputusan Pembelian
1.	Pengaruh Promosi, Diskon dan <i>Impulse Buying</i> Terhadap Keputusan Pembelian <i>Hypermarket</i> PTC Surabaya	Faridha Anggraeni dan Prijati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Promosi (Variabel X₁) ▪ Diskon (Variabel X₂) ▪ <i>Impulse Buying</i> (Variabel X₃) ▪ Keputusan Pembelian (Variabel Y) 	✓		✓
2.	Pengaruh Diskon, Citra Merek, dan <i>Servicescape</i> Terhadap Keputusan Pembelian	Rizky Y.S Emor dan Agus Supandi Soegoto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diskon (Variabel X₁) ▪ Citra Merek (Variabel X₂) 	✓	✓	✓

	Konsumen Indomaret Tanjung Batu		<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Servicescape</i> (Variabel X₃) ▪ Keputusan Pembelian (Variabel Y) 			
3.	<i>Investigation of the Effects of Discount Announcements on Consumer's Purchase Decisions: A Case Study in Supermarket</i>	Yildirim Yildirim dan Orcun Aydin	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Discount</i> (Variabel X) ▪ <i>Purchase Decisions</i> (Variabel Y) 	✓		✓
4.	<i>Impact of Retail Servicescape on Buying Behavior</i>	Sheetal Patil	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Servicescape</i> (Variabel X) ▪ <i>Buying Behavior</i> (Variabel Y) 		✓	✓

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

Tabel II.2

Persamaan dan Perbandingan Penelitian

	Penelitian Terdahulu (Jurnal)	Yang digunakan Peneliti
Jurnal 1		
Judul	“Pengaruh Promosi, Diskon dan <i>Impulse Buying</i> Terhadap Keputusan Pembelian <i>Hypermarket</i>”	“Hubungan Antara Diskon dan <i>Servicescape</i> (Lingkungan Fisik) Dengan Keputusan Pembelian Indomaret Cikaret

	PTC Surabaya”. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 05, Nomor 07, tahun 2016, <i>ISSN</i> : 2461-0593, Hal. 1-15.	Pada Warga RW 012 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor”.
Tujuan	untuk menganalisis pengaruh promosi penjualan, diskon dan <i>impulse buying</i> terhadap keputusan pembelian pada <i>Hypermarket</i> PTC di Surabaya.	Untuk memperoleh data empiris dan fakta-fakta yang tepat (sahih, benar, dan valid), sertadapat dipercaya dan diandalkan (<i>reliable</i>) tentang: <ol style="list-style-type: none"> 1. Hubungan antara diskon dengan keputusan pembelian. 2. Hubungan antara <i>servicescape</i> (lingkungan fisik) dengan keputusan pembelian.
Populasi	Konsumen yang membeli produk di <i>Hypermarket</i> PTC Surabaya.	Seluruh warga RW 012 Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor
Sampel	100 responden	105 responden
Teknik <i>Sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>	<i>Purposive sampling</i>
Teknik Analisis Data	Regresi Linier Berganda	Regresi Linier Sederhana dan Korelasi
Jurnal 2		
Judul	“Pengaruh Diskon, Citra Merek, dan <i>Servicescape</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret Tanjung Batu”.	“Hubungan Antara Diskon dan <i>Servicescape</i> (Lingkungan Fisik) Dengan Keputusan Pembelian Indomaret Cikaret Pada Warga RW 012

	Jurnal EMBA, Vol. 3, No. 2, Tahun 2015, ISSN: 2303-1174, Hal. 738-748.	Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor”.
Tujuan	Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh diskon, citra merek dan <i>servicescape</i> terhadap keputusan pembelian konsumen baik simultan maupun parsial.	Untuk memperoleh data empiris dan fakta-fakta yang tepat (sahih, benar, dan valid), sertadapat dipercaya dan diandalkan (<i>reliable</i>) tentang: <ol style="list-style-type: none"> 1. Hubungan antara diskon dengan keputusan pembelian. 2. Hubungan antara <i>servicescape</i> (lingkungan fisik) dengan keputusan pembelian.
Populasi	1954 Responden	Seluruh warga RW 012 Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor
Sampel	100 Responden	105 Responden
Teknik <i>Sampling</i>	Menggunakan Rumus Slovin	<i>Purposive sampling</i>
Teknik Analisis Data	Uji Regresi Berganda dan Uji Hipotesis F dan t.	Regresi Linier Sederhana dan Korelasi
Jurnal 3		
Judul	“ <i>Investigation of the Effects of Discount Announcements on Consumer’s Purchase Decisions: A Case Study in Supermarket</i> ”. Elsevier <i>Procedia - Social and Behavioral Sciences</i> , Vol. 62, No. 1, September 2012, ISSN: 1877-0428, pages	“Hubungan Antara Diskon dan <i>Servicescape</i> (Lingkungan Fisik) Dengan Keputusan Pembelian Indomaret Cikaret Pada Warga RW 012 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor”.

	1235-1244.	
Tujuan	<i>In this paper, we studied the effect of supermarket announces on customer behaviours while shopping.</i>	Untuk memperoleh data empiris dan fakta-fakta yang tepat (sahih, benar, dan valid), sertadapat dipercaya dan diandalkan (<i>reliable</i>) tentang: <ol style="list-style-type: none"> 1. Hubungan antara diskon dengan keputusan pembelian. 2. Hubungan antara <i>servicescape</i> (lingkungan fisik) dengan keputusan pembelian.
Populasi	23. 793 customer	Seluruh warga RW 012 Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor
Sampel	300 Responden	105 Responden
Teknik Sampling	<i>Purposive sampling</i>	<i>Purposive sampling</i>
Teknik Analisis Data	Menggunakan SPSS 18	Regresi Linier Sederhana dan Korelasi
Jurnal 4		
Judul	<i>“Impact of Retail Servicescape on Buying Behavior”</i> . <i>BVIMSR’s Journal of Management Research, Vol. 6, Issue 1, April 2014, ISSN: 0976-4739, Pages 10-17.</i>	“Hubungan Antara Diskon dan <i>Servicescape</i> (Lingkungan Fisik) Dengan Keputusan Pembelian Indomaret Cikaret Pada Warga RW 012 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor”.
Tujuan	<i>The objective of the research to understand the influence of total store servicescape on buying behavior.</i>	Untuk memperoleh data empiris dan fakta-fakta yang tepat (sahih, benar, dan valid), sertadapat dipercaya dan

		diandalkan (<i>reliable</i>) tentang: 1. Hubungan antara diskon dengan keputusan pembelian. 2. Hubungan antara <i>servicescape</i> (lingkungan fisik) dengan keputusan pembelian.
Populasi	Women cosmetics users shopping at supermarkets in Pune City.	Seluruh warga RW 012 Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor
Sampel	102 Responden	105 Responden
Teknik <i>Sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>	<i>Purposive sampling</i>
Teknik Analisis Data	Menggunakan SPSS 20.	Regresi Linier Sederhana dan Korelasi

C. Kerangka Teoretik

Pemberian diskon yang dilakukan oleh perusahaan, mungkin akan menimbulkan rasa tertarik konsumen untuk melakukan pengambilan keputusan pembelian. Selain diskon, keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh lingkungan fisik (*servicescape*). Lingkungan fisik (*servicescape*) yang nyaman dan memadai memungkinkan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Leny Sulistiyowati mengemukakan bawa, “Diskon merupakan diskon yang dilakukan penjual untuk mendorong penjualan atau diskon yang dilakukan penjual agar pembeli membayar lebih cepat”³⁸.

Berdasarkan pendapat ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa diskon diberikan untuk mendorong penjualan agar pembeli membayar lebih cepat.

Michael Levy, Barton A. Weitz dan Lauren Skinner Beitelspacher mengatakan bahwa “*Discounts (markdowns) as a percentage of sales are also a measure of the quality of the merchandise buying decisions*”³⁹.

Artinya, diskon (potongan) sebagai persentase dari penjualan dan ukuran dari kualitas barang yang dilihat pembeli ketika membeli sebuah produk.

Berdasarkan pendapat ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa diskon atau potongan harga sebagai persentase dan ukuran dari kualitas barang ketika membeli sebuah produk.

Gary Armstrong dan Philip Kotler menyatakan bahwa “*Discount is a straight reduction in price on purchases during a stated period of time*”⁴⁰.

Artinya, diskon adalah pengurangan harga dalam pembelian selama periode waktu tertentu.

³⁸ Leny Sulistiyowati, Panduan Praktis Memahami Laporan Keuangan, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2010), h. 103.

³⁹ Michael Levy, Barton A. Weitz & Lauren Skinner Beitelspacher, *Retailing Management Eight Edition*, (Mc Graw Hill, 2012), h. 161.

⁴⁰ Gary Armstrong & Philip Kotler, *Marketing: An Introduction 8/e*, (Pearson Prentice hall, 2007), h. 278.

Berdasarkan pendapat ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa diskon adalah pemotongan harga dalam pembelian suatu produk.

Menurut P.N. Mukherjee dan T.T. Kachwala dalam Valeria A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner menyatakan bahwa :

Because services are intangible, customers often rely on tangible cues or physical evidence (servicescape) to evaluate the service before its purchase and to assess their satisfaction with the service during and after consumption. They include all aspect of the organization's physical facility (the servicescape) as well as other forms of tangible communication⁴¹.

Artinya, karena jasa tidak berwujud, pelanggan sering mengandalkan isyarat nyata atau bukti fisik (*servicescape*) untuk mengevaluasi layanan selama dan setelah konsumsi. Mereka mencakup semua aspek fasilitas fisik organisasi (*servicescape*), serta bentuk-bentuk komunikasi nyata.

Dari pendapat ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa *servicescape* (lingkungan fisik) mendorong dan mempengaruhi konsumen untuk membeli.

Cengiz Haksever dan Barry Render mengatakan bahwa, "*Physical Evidence may affect the behavior of both customers and employees; consumer research has shown that servicescape can influence customer behavior and purchase decisions*"⁴².

Artinya, bukti fisik (*servicescape*) dapat mempengaruhi perilaku konsumen dan karyawan; penelitian pelanggan telah menunjukkan bahwa

⁴¹ P.N. Mukherjee & T.T. Kachwala, *Operations Manajemen and Productivity Techniques*, (PHI Learning Private Limited, 2009), h. 290.

⁴² Cengiz Haksever & Barry Render, *Service Management: An Integrated Approach To Supply Chain Management and Operations*, (Pearson Education Inc, 2013), h. 35.

servicescape dapat mempengaruhi perilaku konsumen dan keputusan pembelian.

Dari pendapat ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa *servicescape* dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Ramneek Kapoor, Justin Paul dan Biplab Halder memaparkan bahwa :

*Physical setting (servicescape) of the venue, restaurant, hotel lobby, service workshop, airport, check in lounge, beauty parlour, IT offices definitely play a large role in influencing a customer and his purchase decision*⁴³.

Artinya, pengaturan fisik (*servicescape*) mengacu pada suasana yang berlaku di tempat dimana layanan ini sedang diberikan kepada pelanggan. Pengaturan fisik dari tempat, restoran, lobi hotel, layanan bengkel, bandara, *check in lounge*, salon kecantikan, kantor IT pasti memainkan peran besar dalam mempengaruhi pelanggan dan keputusan pembelian.

Dari pendapat ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa di berbagai tempat umum, *servicescape* (lingkungan fisik) memainkan peran besar dalam mempengaruhi pelanggan dan keputusan pembelian.

K. Douglas Hoffman dan John E.G. Bateson mengatakan bahwa, “*Managing the servicescape influences the customer decision process*”⁴⁴.

⁴³ Ramneek Kapoor, Justin Paul & Biplab Halder, *Service Marketing: Concepts & Practices*, (New Delhi: Mc Graw Hill Education Private Limited, 2011), h. 110.

⁴⁴ K. Douglas Hoffman & John E.G. Bateson, *Services Marketing: Concepts, Strategies & Cases Fifth Edition*, (USA Cengage Learning, 2017), h. 215.

Artinya, *servicescape* dapat digunakan untuk mempengaruhi proses keputusan pembelian.

Dari pendapat ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa *servicescape* (lingkungan fisik) dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

D. Perumusan Hipotesis

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

1. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara diskon dengan keputusan pembelian.
2. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *servicescape* (lingkungan fisik) dengan keputusan pembelian.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. 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), sertadapat dipercaya dan diandalkan (*reliable*) tentang:

1. Hubungan antara diskon dengan keputusan pembelian.
2. Hubungan antara *servicescape* (lingkungan fisik) dengan keputusan pembelian.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian dilaksanakan di warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor. Alasan peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut karena berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan bahwa, di tempat tersebut terdapat masalah mengenai keputusan pembelian Indomaret Cikaret. Selain itu, juga karena faktor keterjangkauan, yaitu kesediaan ketua RW 012 menerima dan memberikan izin kepada peneliti untuk meneliti di lingkungan RW 012 tersebut, 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.

C. Metode Penelitian

1. Metode

Metode penelitian pada dasarnya merupakan “Cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu⁴⁵”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey* 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 Sugiyono mengemukakan 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 o behavior⁴⁶.

Artinya, penelitian survei adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian survei, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek

⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi Mixed Methods* (Bandung: Alfabeta, 2014), h.12.

⁴⁶ *Ibid.*, h. 12.

dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian survei berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri.

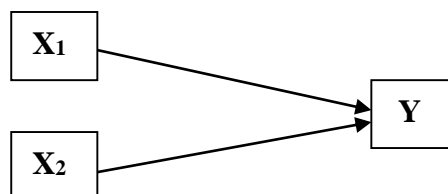
Pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan korelasional. Adapun alasan menggunakan pendekatan korelasional adalah untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, seberapa erat hubungan, serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat dilihat hubungan antara diskon yang diberi simbol X_1 dengan keputusan pembelian yang diberi simbol Y dan hubungan antara *servicescape* (lingkungan fisik) yang diberi simbol X_2 dengan keputusan pembelian yang diberi simbol Y .

2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa:

1. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara diskon dengan keputusan pembelian.
2. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *servicescape* (lingkungan fisik) dengan keputusan pembelian.

Hubungan antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan dalam konstelasi sebagai berikut:



Keterangan:

X_1 : Diskon

X_2 : *Servicescape* (Lingkungan Fisik)

Y : Keputusan Pembelian

→ : Arah Hubungan

D. Populasi dan Sampling

Populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”⁴⁷.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor yang melakukan keputusan pembelian di Indomaret Cikaret.

Hal ini didasarkan bahwa setelah melakukan *survey* awal melalui wawancara langsung diketahui bahwa warga Rukun Warga tersebut tersebut terdapat banyak konsumen yang melakukan keputusan pembelian di Indomaret Cikaret.

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”⁴⁸.

Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*. Sugiyono mengatakan bahwa “*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”⁴⁹.

Dalam penelitian ini, yang menjadi sampel adalah warga RT 01 sebanyak 27 orang, RT 02 sebanyak 35 orang dan RT 03 sebanyak 43 orang di RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan

⁴⁷ *Ibid.*, h. 119.

⁴⁸ *Ibid.*, h. 120.

⁴⁹ *Ibid.*, h. 126.

Cibinong di Kabupaten Bogor yang pernah mengunjungi dan melakukan pembelian di Indomaret Cikaret yang berjumlah 105 orang. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel III.1 di bawah ini:

Tabel III.1
Data Sampel

Rukun Tetangga	Jumlah Warga
001	27
002	35
003	43
Jumlah	105

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini meneliti tiga variabel, yaitu Diskon (variabel X_1), *Servicescape* (variabel X_2) dan Keputusan Pembelian (variabel Y). Adapun instrumen untuk mengukur ketiga variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Keputusan Pembelian

a. Definisi Konseptual

Keputusan pembelian adalah proses penyelesaian masalah pembelian yang mana pembeli atau konsumen melakukan pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan yang ada sebelum pada akhirnya membeli.

b. Definisi Operasional

Keputusan pembelian dapat diukur dengan empat dimensi. Dimensi pertama adalah pengenalan kebutuhan dengan indikator pertama, yaitu

rangsangan internal dengan sub indikator diri sendiri; indikator kedua, yaitu rangsangan eksternal dengan sub indikator pengaruh orang lain (tetangga). Dimensi kedua adalah pencarian informasi dengan indikator pertama, yaitu sumber pribadi dengan sub indikator pertama, yaitu keluarga (ibu, kakak dan adik), sub indikator kedua, yaitu teman; indikator yang kedua, yaitu sumber komersial dengan sub indikatornya ialah iklan (dalam bentuk brosur). Dimensi ketiga adalah evaluasi alternatif dengan indikator, yaitu memilih di antara dua atau lebih alternatif produk. Dimensi keempat adalah pembelian dengan indikator pertama, yaitu sikap dengan sub indikator pertama adalah membeli produk yang disukai.

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	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Pengenalalan kebutuhan	Rangsangan internal	Diri sendiri	1,2	3		1,2	3	1,2	3
	Rangsangan eksternal	Pengaruh orang lain	4, 5, 7, 8	6		4,5,7, 8	6	4,5,7, 8	6
Pencarian informasi	Sumber pribadi	Keluarga	9, 11, 12	10	10	9,11, 12		9, 10, 11	
		Teman	13	14		13	14	12	13
	Sumber komersial	Iklan	15, 16, 19	17,18		15, 16, 19	17, 18	14, 15, 18	16, 17
Evaluasi alternatif	Memilih di antara dua atau lebih alternatif produk		20	21		20	21	18	19
Pembelian	Sikap	Membeli produk yang disukai	22, 24	23, 25, 26	25	22,24	23, 26	21,23	22, 24

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 warga RT 04 RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor 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:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 50$$

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 dari 26 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 24 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:

⁵⁰ Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*, (Jakarta: Grasindo, 2008), h. 6.

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad ^{51}$$

Dimana:

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

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

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad ^{52}$$

Dimana:

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

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2 = 0,69$, $St^2 = 206,10$ dan r_{ii} sebesar 0,8927 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 9 halaman 117). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 24 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur keputusan pembelian.

⁵¹ *Ibid.*, h. 89.

⁵² Sudjana, *Metoda Statistika*, (Bandung: PT. Tarsito, 2005), h. 94.

2. Diskon

a. Definisi Konseptual

Diskon adalah pengurangan sebagai penghargaan atas respon pembayaran yang dilakukan oleh konsumen.

b. Definisi Operasional

Diskon dapat diukur dengan beberapa indikator, yaitu indikator pertama pengurangan kuantitas (*Quantity Discount*) dengan sub indikator pertama, yaitu beli 2 dapat 1 dan sub indikator kedua ialah paket produk. Indikator kedua pengurangan musiman (*Seasonal Discount*) dengan sub indikator pertama, yaitu tahun baru, kemudian sub indikator kedua, yaitu idul fitri dan sub indikator ketiga adalah natal.

c. Kisi-kisi Instrumen Diskon

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel diskon yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel diskon. 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. 4.

Tabel III. 4.

Kisi-kisi Instrumen Diskon

Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Pengurangan Kuantitas (<i>Quantity Discount</i>)	Beli 2 dapat 1	1, 2, 4	3		1, 2, 4	3	1, 2, 3	3
	Paket Produk	5, 6, 8	7		5, 6, 8	7	5, 6, 8	7
Pengurangan Musiman (<i>Seasonal Discount</i>)	Tahun Baru	9, 10, 12, 14	11, 13		9, 10, 12, 14	11, 13	9, 10, 12, 14	11, 13
	Idul Fitri	15, 16, 18, 20	17, 19	15, 20	16, 18	17, 19	15, 17	16, 18
	Natal	21, 22, 23, 25	24	21	22, 23, 25	24	19, 20, 22	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. 5.**Skala Penilaian Instrumen Diskon**

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 Diskon

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

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel diskon sebagaimana tercantum pada Tabel III.4. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada kepada 30 warga RT 04 RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor 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:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 53$$

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 dari 25 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 3 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 22 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:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right] \quad 54$$

⁵³ Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*

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:

$$S_i^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad ^{55}$$

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 $S_i^2 = 1,32$, $St^2 = 169,76$ dan r_{ii} sebesar 0,875 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 15 halaman 125). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 22 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur diskon.

3. *Servicescape* (Lingkungan Fisik)

a. Definisi Konseptual

Lingkungan fisik adalah lingkungan dimana jasa diberikan dan dimana perusahaan ritel dan konsumen saling berinteraksi satu sama lain.

⁵⁴ *Ibid.*, h. 89.

⁵⁵ Sudjana, *loc. cit.*.

b. Definisi Operasional

Lingkungan fisik (*servicescape*) terbagi atas beberapa dimensi, yaitu dimensi yang pertama adalah kondisi *ambient* dengan indikator pertama, yaitu suhu udara dengan sub indikator pertama, yaitu sejuk dan sub indikator kedua, yaitu panas, dengan indikator kedua, yaitu pencahayaan dengan sub indikator pertama, yaitu terang dan sub indikator kedua, yaitu gelap, indikator ketiga suara dengan sub indikator pertama, yaitu suara bising pelanggan dan sub indikator kedua, yaitu suara bicara karyawan, dengan indikator keempat musik dengan sub indikator pertama, yaitu cepat dan sub indikator kedua, yaitu lambat, dengan indikator kelima aroma. Dimensi kedua, yaitu pengaturan tata ruang dengan indikator pertama, yaitu peralatan dengan sub indikator pertama berupa *cash register register*, sub indikator kedua yaitu keranjang dan sub indikator ketiga yaitu *generator set (genset)*. Dimensi ketiga, yaitu simbol dengan indikator pertama berupa tanda *no smoking area*.

c. Kisi-Kisi Instrumen *Servicescape* (Lingkungan Fisik)

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel *servicescape* (lingkungan fisik) yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel *servicescape* (lingkungan fisik). 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 *Servicescape*

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Kondisi Ambient	Suhu Udara	Sejuk							
		Panas	1, 3	2, 4		1, 3	2, 4	1, 3	2, 4
	Pencahayaannya	Terang							
		Gelap	5, 7	6		5, 7	6	5, 7	6
	Suara	Suara Bising Pelanggan							
		Suara Bicara Karyawan	8, 10	9, 11	10	8	9, 11	8	9, 10
	Musik	Cepat							
		Lambat	12, 13, 15	14, 16	14, 16	12, 13, 15		11, 12, 13	
Aroma		17, 18	19		17, 18	19	14, 15	16	
Pengaturan Tata Ruang	Peralatan	Cash Register	20, 23, 24	21, 22	21	20, 23, 24	22	17, 19, 20	18
		Keranjang							

		<i>Generator Set (Genset)</i>							
Simbol	Tanda <i>No Smoking Area</i>		25	26		25	26	21	22

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 *Servicescape*

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 *Servicescape* (Lingkungan Fisik)

Proses pengembangan instrumen *servicescape* (lingkungan fisik) dimulai dengan penyusunan instrumen model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel *servicescape* (lingkungan fisik)

terlihat pada tabel III.6 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel *servicescape* (lingkungan fisik).

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir – butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel *servicescape* (lingkungan fisik) sebagaimana tercantum pada tabel III.6. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 warga RT 04 RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor 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:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 56$$

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

⁵⁶ Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*.

valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan dari 26 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 4 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 22 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:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{57}$$

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:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}^{58}$$

Dimana:

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

⁵⁷ *Ibid.*, h. 89.

⁵⁸ Sudjana, *loc. cit.*.

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 1,51$, $S_t^2 = 181,60$ dan r_{ii} sebesar 0,840 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 21 halaman 132). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 22 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur *servicescape* (lingkungan fisik).

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan dengan uji regresi dan korelasi. 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 *Lilliefors*, pada taraf signifikan (α) = 0,05.

Dengan hipotesis statistik:

H_0 : Galat Taksiran Regresi Y atas X berdistribusi normal

H_1 :Galat Taksiran Regresi Y atas X tidak berdistribusi normal

Kriteria pengujian:

Terima H_0 jika $L_{hitung} < L_{tabel}$ berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.

Tolak H_0 jika $L_{hitung} > L_{tabel}$ berarti galat taksiran regresi Y atas X tidak berdistribusi normal.

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 dengan taraf signifikansi 0,05. “Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05”⁵⁹.

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

$$\hat{Y} = a + bX_i \text{ }^{60}$$

Keterangan:

⁵⁹ Kadir dan Djaali, *Statistika Terapan: Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*, (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2015), h.180.

⁶⁰ Sugiyono, *op.cit.*,h.247.

- \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 diskon (X_1) dengan keputusan pembelian (Y) dan hubungan *servicescape* (lingkungan fisik) (X_2) dengan keputusan pembelian (Y).

Hipotesis penelitiannya adalah sebagai berikut:

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

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

b. Perhitungan Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui seberapa jauh hubungan variabel X_1 dengan variabel Y (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel) dan variabel X_2 dengan variabel Y (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel), maka menghitung r_{xy} dapat menggunakan rumus *Product Moment* dan *Karl Pearson*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}} \quad 61$$

Dimana :

- r_{xy} = Tingkat keterkaitan hubungan
 $\sum x$ = Jumlah skor dalam sebaran X
 $\sum y$ = Jumlah skor dalam sebaran Y

⁶¹ Sugiyono, *op.cit.*, h. 241.

c. Uji-t

Menurut Syofian, “Uji-t digunakan ketika informasi mengenai nilai *variance* (ragam) populasi tidak diketahui”⁶². Pengujian hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji koefisien regresi secara parsial (Uji-t). Pengujian ini digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan diskon (X_1) dengan keputusan pembelian (Y) dan *servicescape* (lingkungan fisik) (X_2) dengan keputusan pembelian (Y).

t_{hitung} dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r_{xy}\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}} \quad 63$$

Keterangan:

t_{hitung} = Skor signifikan koefisien korelasi
 r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*
 n = banyaknya sampel/data

Selanjutnya, Sugiyono menambahkan, kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- a. Jika probabilitas $> 0,05$ H_0 diterima
- b. Jika probabilitas $< 0,05$ H_0 ditolak. ⁶⁴

4. Perhitungan Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (r^2) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketetapan hubungan antara variabel independen dengan

⁶² Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, (Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2010), h. 257.

⁶³ Sugiyono, *op.cit.*, h.243.

⁶⁴ *Ibid.*

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:

$$KD = r_{xy}^2 \quad ^{65}$$

Dimana :

KD = Koefisien Determinasi

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

⁶⁵ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 231.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Deskripsi data hasil penelitian dimaksudkan untuk memberikan gambaran umum mengenai hasil pengolahan data yang didapat dari tiga variabel dalam penelitian ini, yaitu diskon, *servicescape* (lingkungan fisik) dan keputusan pembelian. Skor yang akan disajikan adalah skor yang telah diolah dari data mentah dengan menggunakan statistik deskriptif, yaitu skor rata-rata dan simpangan baku atau standar deviasi.

Berdasarkan jumlah variabel dan merujuk pada masalah penelitian, maka deskripsi data dikelompokkan menjadi tiga bagian sesuai dengan jumlah variabel penelitian. Ketiga bagian tersebut adalah dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah diskon (X_1) dan *servicescape* (lingkungan fisik) (X_2), sedangkan variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y). Hasil perhitungan statistik deskriptif masing-masing variabel secara lengkap dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Keputusan Pembelian (Variabel Y)

Keputusan pembelian memiliki 24 pernyataan dalam instrumen penelitian yang telah melalui proses validasi dan realibilitas. Keputusan pembelian dapat diukur dengan empat dimensi. Dimensi pertama adalah pengenalan kebutuhan dengan indikator pertama, yaitu rangsangan internal dengan sub indikator diri sendiri; indikator kedua, yaitu rangsangan eksternal dengan sub indikator pengaruh orang lain (tetangga).

Dimensi kedua adalah pencarian informasi dengan indikator pertama, yaitu sumber pribadi dengan sub indikator pertama, yaitu keluarga (ibu, kakak dan adik), sub indikator kedua, yaitu teman; indikator yang kedua, yaitu sumber komersial dengan sub indikatornya ialah iklan (dalam bentuk brosur).

Dimensi ketiga adalah evaluasi alternatif dengan indikator, yaitu memilih di antara dua atau lebih alternatif produk. Dimensi keempat adalah pembelian dengan indikator pertama, yaitu sikap dengan sub indikator pertama adalah membeli produk yang disukai.

Data keputusan pembelian diperoleh melalui pengisian instrumen penelitian, berupa kuesioner dengan model Skala *Likert* yang diisi oleh 105 warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor sebagai responden.

Berdasarkan pengelolaan data, diperoleh skor terendah 74 dan skor tertinggi adalah 105, jumlah skor adalah 9429, sehingga rata-rata skor keputusan pembelian (Y) sebesar 89,80, varians (S^2) sebesar 47,83, dan simpangan baku (S) sebesar 6,92 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 29 hal 155).

Distribusi frekuensi data keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel IV.1, dimana rentang skor adalah 30, banyak kelas adalah 8 dan panjang interval adalah 4 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 31 hal 159).

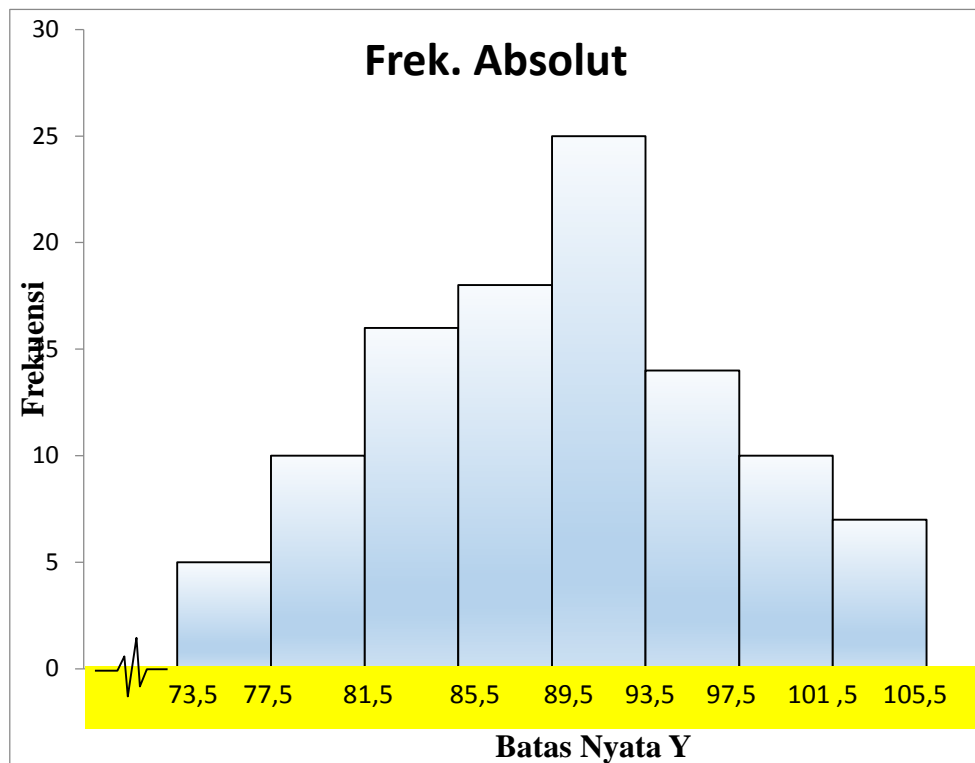
Tabel IV.1
Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
74	-	77	73,5	77,5	5	4,8%
78	-	81	77,5	81,5	10	9,5%
82	-	85	81,5	85,5	16	15,2%
86	-	89	85,5	89,5	18	17,1%
90	-	93	89,5	93,5	25	23,8%
94	-	97	93,5	97,5	14	13,3%
98	-	101	97,5	101,5	10	9,5%
102	-	105	101,5	105,5	7	6,7%
Jumlah					105	100%

Sumber: Data Penelitian Diolah

Berdasarkan tabel IV.1, dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tinggi variabel keputusan pembelian, yaitu 25 yang terletak pada interval ke-lima yakni antara 90-93 dengan frekuensi relatif sebesar 23,8%. Sementara frekuensi terendahnya, yaitu 5 yang terletak pada interval pertama, yakni antara 74-77 dengan frekuensi 4,8%.

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 rangsangan internal dengan sub indikator diri sendiri, yaitu sebesar 16,19%. Selanjutnya, dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator rangsangan eksternal dengan sub indikator pengaruh orang lain sebesar 14,97%. Selanjutnya, dimensi sikap dengan indikator sikap dengan sub indikator membeli produk yang disukai, yaitu sebesar 14,88%. Selanjutnya, dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber komersial dengan sub

indikator iklan, yaitu sebesar 14%. Selanjutnya, dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber pribadi dengan sub indikator keluarga, yaitu sebesar 13,60%. Selanjutnya, dimensi evaluasi alternatif dengan indikator memilih diantara dua atau lebih alternatif produk, yaitu 13,47%. Selanjutnya, dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber pribadi dengan sub indikator teman, yaitu sebesar 13%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel IV.2. (Proses perhitungan terdapat pada lampiran 49 hal 185).

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

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Jumlah Soal	Persentase
Pengenalan Kebutuhan	Rangsangan Internal	Diri Sendiri	3 Soal	16,19%
	Rangsangan Eksternal	Pengaruh Orang Lain	5 Soal	14,97%
Pencarian Informasi	Sumber Pribadi	Keluarga	3 Soal	13,60%
		Teman	2 Soal	13%
	Sumber Komersial	Iklan	5 Soal	14%
Evaluasi Alternatif	Memilih diantara dua atau lebih alternatif produk		2 Soal	13,47%
Pembelian	Sikap	Membeli produk yang disukai	4 Soal	14,88%

2. Diskon (Variabel X1)

Diskon memiliki 22 pernyataan dalam instrumen penelitian yang telah melalui proses validasi dan reliabilitas. Instrumen terbagi dalam dua indikator . indikator pertama adalah pengurangan harga kuantitas (*quantity discount*), dengan sub indikator pertama, yaitu beli 2 dapat 1 dan sub indikator kedua yaitu paket produk. Indikator kedua yaitu pengurangan musiman (*seasonal discount*) dengan sub indikator pertama yaitu tahun baru, sub indikator kedua yaitu idul fitri dan sub indikator ketiga yaitu natal.

Data diskon diperoleh melalui pengisian instrumen penelitian, berupa kuesioner dengan model Skala *Likert* yang diisi oleh 105 warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor sebagai responden.

Berdasarkan pengelolaan data, diperoleh skor terendah 65 dan skor tertinggi adalah 100, jumlah skor adalah 8616, sehingga rata-rata skor diskon (X_1) sebesar 82,06, varians (S^2) sebesar 65,61, dan simpangan baku (S) sebesar 8,10 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 29 hal 155).

Distribusi frekuensi data diskon dapat dilihat pada tabel IV.3, dimana rentang skor adalah 35, banyak kelas adalah 8 dan panjang interval adalah 4 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 33 hal 161).

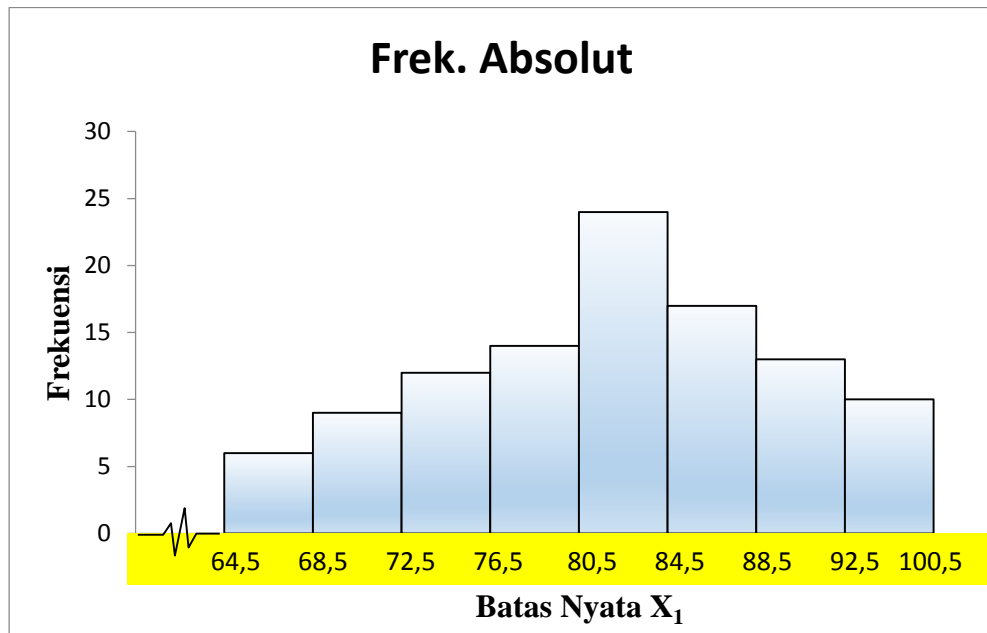
TABEL IV.3
DISTRIBUSI FREKUENSI DISKON

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
65	-	68	64,5	68,5	6	5,7%
69	-	72	68,5	72,5	9	8,6%
73	-	76	72,5	76,5	12	11,4%
77	-	80	76,5	80,5	14	13,3%
81	-	84	80,5	84,5	24	22,9%
85	-	88	84,5	88,5	17	16,2%
89	-	92	88,5	92,5	13	12,4%
93	-	100	92,5	100,5	10	9,5%
Jumlah					105	100%

Sumber : Data Penelitian Diolah

Berdasarkan tabel IV.3, dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tinggi variabel diskon, yaitu 24 yang terletak pada interval ke-lima yakni antara 81-84 dengan frekuensi relatif sebesar 22,9%. Sementara frekuensi terendahnya, yaitu 6 yang terletak pada interval pertama, yakni antara 65-68 dengan frekuensi 5,7%.

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



Gambar IV.2
Grafik Histogram Diskon

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel diskon terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator pengurangan kuantitas (*quantity discount*) dengan sub indikator beli 2 dapat 1, yaitu sebesar 22,34%. Selanjutnya, indikator pengurangan musiman (*seasonal discount*) dengan sub indikator Natal, yaitu sebesar 20,64%. Selanjutnya, indikator pengurangan kuantitas (*quantity discount*) dengan sub indikator paket produk, yaitu sebesar 20%. Selanjutnya, indikator pengurangan musiman (*seasonal discount*) dengan sub indikator Idul Fitri, yaitu sebesar 18,47%. Selanjutnya, indikator pengurangan musiman (*seasonal discount*) dengan sub indikator tahun baru, yaitu sebesar 18,20%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel IV.4. (Proses perhitungan terdapat pada lampiran 50 hal 186).

Tabel IV.4
Rata-rata Hitung Skor Indikator Diskon

Indikator	Sub Indikator	Jumlah Soal	Persentase
Pengurangan Kuantitas (<i>Quantity Discount</i>)	Beli 2 Dapat 1	4 Soal	22,34%
	Paket Produk	4 Soal	20%
Pengurangan Musiman (<i>Seasonal Discount</i>)	Tahun Baru	6 Soal	18,20%
	Idul Fitri	4 Soal	18,47%
	Natal	4 Soal	20,64%

3. *Servicescape* (Lingkungan Fisik)

Servicescape (lingkungan fisik) memiliki 22 pernyataan dalam instrumen penelitian yang telah melalui proses validasi dan reliabilitas. Instrumen terbagi dalam 3 dimensi yaitu kondisi *ambient* dengan indikator pertama yaitu suhu udara dan sub indikator pertama yaitu sejuk dan sub indikator kedua yaitu panas, indikator kedua, yaitu pencahayaan dengan sub indikator pertama, yaitu terang dan sub indikator kedua, yaitu gelap, indikator ketiga suara dengan sub indikator pertama, yaitu suara bising pelanggan dan sub indikator kedua, yaitu suara bicara karyawan, dengan indikator keempat musik dengan sub indikator pertama, yaitu cepat dan sub indikator kedua, yaitu lambat, dengan indikator kelima aroma.

Dimensi kedua, yaitu pengaturan tata ruang dengan indikator pertama, yaitu peralatan dengan sub indikator pertama berupa *cash register register*, sub indikator kedua yaitu keranjang dan sub indikator ketiga yaitu *generator set (genset)*. Dimensi ketiga, yaitu simbol dengan indikator pertama berupa tanda *no smoking area*.

Data *servicescape* (lingkungan fisik) diperoleh melalui pengisian instrumen penelitian, berupa kuesioner dengan model Skala *Likert* yang diisi oleh 105 warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor sebagai responden.

Berdasarkan pengelolaan data, diperoleh skor terendah 69 dan skor tertinggi adalah 100, jumlah skor adalah 8818, sehingga rata-rata skor *servicescape* (lingkungan fisik) (X_2) sebesar 83,98, varians (S^2) sebesar 54,44, dan simpangan baku (S) sebesar 7,38 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 54 hal 194).

Distribusi frekuensi data *servicescape* (lingkungan fisik) dapat dilihat pada tabel IV.5, dimana rentang skor adalah 31, banyak kelas adalah 8 dan panjang interval adalah 4 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 56 hal 197).

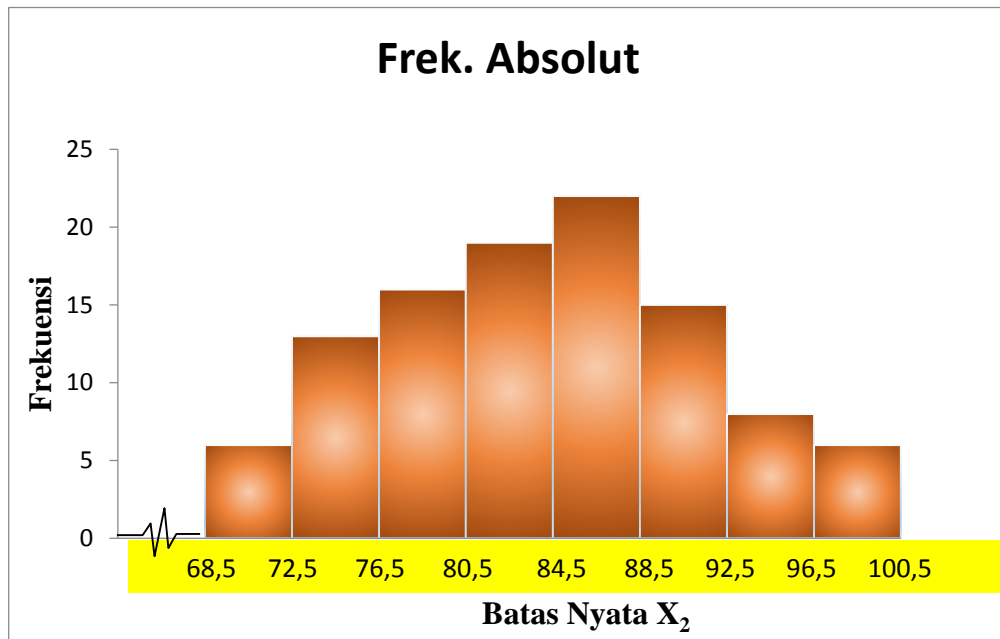
Tabel IV.5
Distribusi Frekuensi *Servicescape*

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
69	-	72	68,5	72,5	6	5,7%
73	-	76	72,5	76,5	13	12,4%
77	-	80	76,5	80,5	16	15,2%
81	-	84	80,5	84,5	19	18,1%
85	-	88	84,5	88,5	22	21,0%
89	-	92	88,5	92,5	15	14,3%
93	-	96	92,5	96,5	8	7,6%
97	-	100	96,5	100,5	6	5,7%
Jumlah					105	100%

Sumber : Data Penelitian Diolah

Berdasarkan tabel IV.5, dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tinggi variabel *servicescape* (lingkungan fisik), yaitu 22 yang terletak pada interval ke-lima yakni antara 85-88 dengan frekuensi relatif sebesar 21%. Sementara frekuensi terendahnya, yaitu 6 yang terletak pada interval pertama dan ke-8, yakni antara 69-72 dan 97-100 dengan frekuensi 5,7%.

Untuk mempermudah penafsiran data frekuensi absolut *servicescape* (lingkungan fisik), maka data ini digambarkan dalam grafik histogram sebagai berikut :



Gambar IV.3
Grafik Histogram *Servicescape* (Lingkungan Fisik)

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel *servicescape* (lingkungan fisik) terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah dimensi kondisi *ambient* dengan indikator suhu udara, yaitu sebesar 22,06%. Selanjutnya, dimensi simbol dengan indikator tanda *no smoking area*, yaitu sebesar 11%. Selanjutnya, dimensi kondisi *ambient* dengan indikator pencahayaan, yaitu sebesar 10%. Selanjutnya, dimensi kondisi *ambient* dengan indikator suara, yaitu sebesar 10%. Selanjutnya, dimensi pengaturan tata ruang dengan indikator peralatan dengan sub indikator *generator set (genset)*, yaitu sebesar 9,88%. Selanjutnya, dimensi pengaturan tata ruang dengan indikator peralatan dengan sub indikator keranjang, yaitu sebesar 9,77%. Selanjutnya, dimensi

pengaturan tata ruang dengan indikator peralatan dengan sub indikator *cash register*, yaitu sebesar 9,40%. Selanjutnya, dimensi kondisi *ambient* dengan indikator musik dengan sub indikator cepat dan lambat yaitu sebesar 9%. Selanjutnya, dimensi kondisi *ambient* dengan indikator aroma, yaitu sebesar 9%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel IV.6. (Proses perhitungan terdapat pada lampiran 72 hal 221).

Tabel IV.6
Rata-rata Hitung Skor Indikator *Servicescape*

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Jumlah Soal	Persentase
Kondisi <i>Ambient</i>	Suhu Udara	Sejuk	4 Soal	22,06%
		Panas		
	Pencahayaannya	Gelap	3 Soal	10%
		Terang		
	Suara	Suara Bising Pelanggan	3 Soal	10%
		Suara Bicara Karyawan		
	Musik	Cepat	3 Soal	9%
		Lambat		
Aroma		3 Soal	9%	
Pengaturan Tata Ruang	Peralatan	<i>Cash Register</i>	1 Soal	9,40%
		Keranjang	1 Soal	9,77%
		<i>Generator Set (Genset)</i>	2 Soal	9,88%
Simbol	Tanda <i>No Smoking Area</i>		2 Soal	11%

B. Pengujian Hipotesis

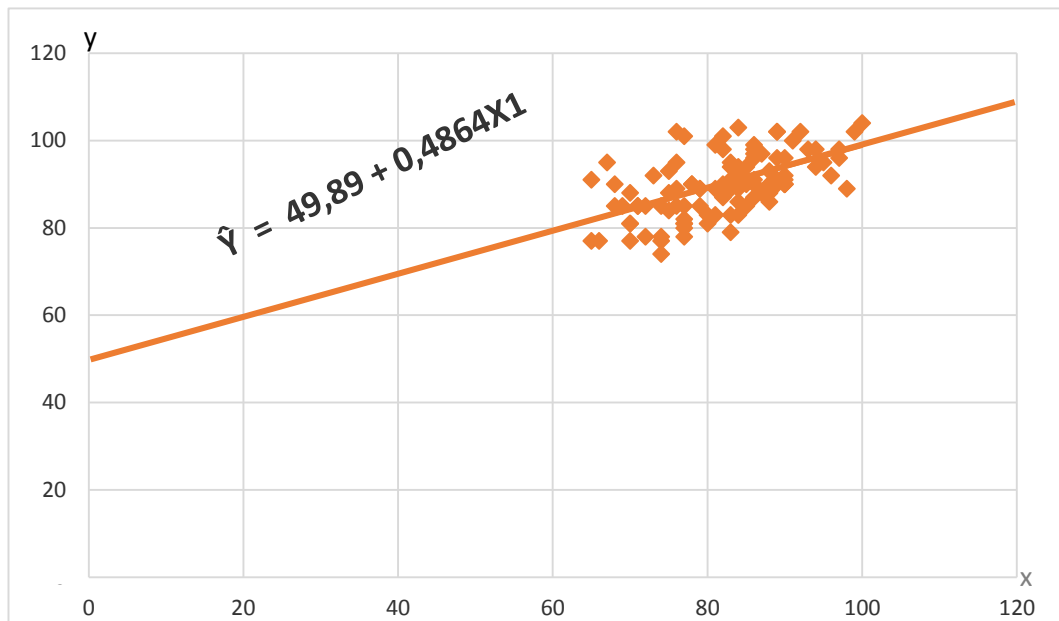
1. Persamaan Garis Regresi

a. Diskon (X_1)

Analisis regresi linier sederhana terhadap pasangan data penelitian antara diskon dengan keputusan pembelian menghasilkan koefisien arah regresi sebesar 0,4864 dan menghasilkan konstanta sebesar 49,89 dengan demikian bentuk hubungan antara variabel diskon dengan keputusan pembelian memiliki persamaan regresi $\hat{Y} = 49,89 + 0,4864X_1$. Selanjutnya, persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor diskon (X_1) akan mengakibatkan kenaikan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,4864 skor pada konstanta 49,89 (proses perhitungan terdapat di lampiran 36 hal 164).

Persamaan garis regresi $\hat{Y} = 49,89 + 0,4864X_1$ dapat dilukiskan pada grafik berikut ini:

GRAFIK PERSAMAAN REGRESI



Gambar IV.4

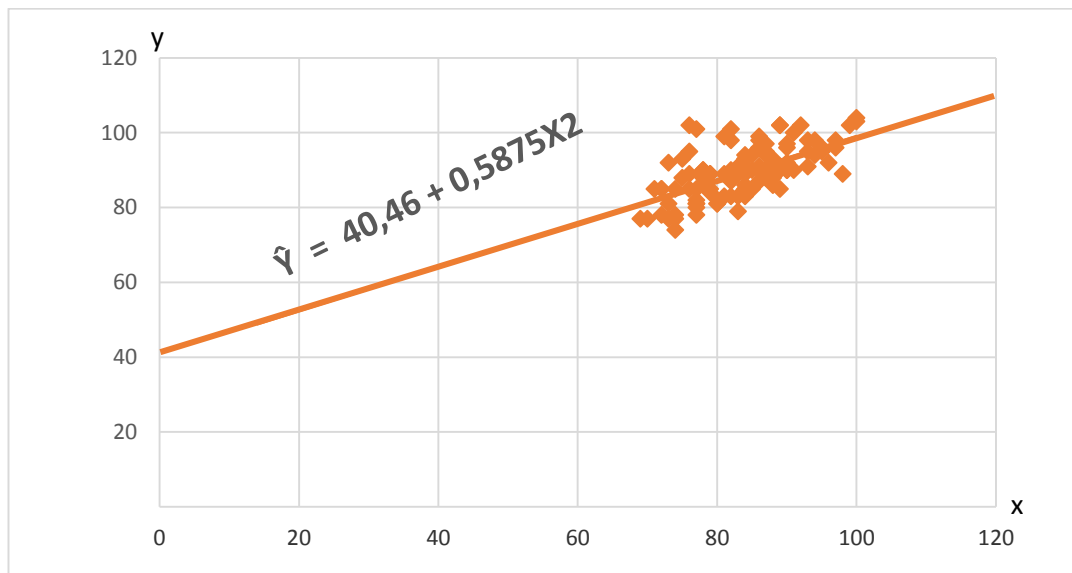
**Grafik Hubungan antara Diskon dengan Keputusan Pembelian
Persamaan Regresi $\hat{Y} = 49,89 + 0,4864X_1$**

b. *Servicescape* (Lingkungan Fisik) (X_2)

Analisis regresi linier sederhana terhadap pasangan data penelitian antara *servicescape* (lingkungan fisik) dengan keputusan pembelian menghasilkan koefisien arah regresi sebesar 0,5875 dan menghasilkan konstanta sebesar 40,46 dengan demikian bentuk hubungan antara variabel *servicescape* dengan Keputusan Pembelian memiliki persamaan regresi $\hat{Y} = 40,46 + 0,5875X_2$. Selanjutnya, persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor *servicescape* (lingkungan fisik) (X_2) akan mengakibatkan kenaikan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,5875 skor pada konstanta 40,46 (proses perhitungan terdapat di lampiran 59 hal 200).

Persamaan garis regresi $\hat{Y} = 40,46 + 0,5875X_2$ dapat dilukiskan pada grafik berikut ini:

GRAFIK PERSAMAAN REGRESI



Gambar IV.5

Grafik Hubungan antara *Servicescape* dengan Keputusan Pembelian

Persamaan Regresi $\hat{Y} = 40,46 + 0,5875X_2$

2. Pengujian Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X

1) Y atas X_1

Dalam perhitungan pengujian persyaratan analisis dilakukan untuk menguji apakah galat taksiran regresi keputusan pembelian (Y) atas diskon (X_1) berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas galat taksiran regresi keputusan pembelian Y atas X_1 dilakukan dengan uji *Lilliefors* pada taraf ($\alpha = 0,05$), untuk sampel sebanyak

105 orang warga dengan kriteria pengujian berdistribusi normal apabila $L_{hitung} (Lo) < L_{tabel} (Lt)$ dan jika sebaliknya, maka galat taksiran Y atas X_1 tidak berdistribusi normal.

Hasil perhitungan uji *Lilliefors* menyimpulkan bahwa taksiran regresi Y atas X_1 berdistribusi normal. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil perhitungan $Lo = 0,0578$ sedangkan $Lt = 0,0864$. Ini berarti $Lo < Lt$ (Perhitungan terdapat pada lampiran 40 hal 172), artinya data berdistribusi normal. Untuk lebih jelasnya, hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel IV.7 sebagai berikut:

Tabel IV.7

Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X_1

No.	Galat Taksiran	Lo	$L_{tabel} (0,05)$	Keputusan	Keterangan
1	Y atas X_1	0,0578	0,0864	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 *servicescape* (lingkunga fisik) (X_2) berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas galat taksiran regresi Y atas X_2 dilakukan dengan uji *Lilliefors* pada taraf ($\alpha = 0,05$), untuk sampel sebanyak 105 orang warga dengan kriteria pengujian berdistribusi normal apabila $L_{hitung} (Lo) < L_{tabel} (Lt)$ dan jika sebaliknya, maka galat taksiran Y atas X_2 tidak berdistribusi normal.

Hasil perhitungan uji *Lilliefors* menyimpulkan bahwa taksiran regresi Y atas X_2 berdistribusi normal. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil perhitungan $L_o = 0,0714$ sedangkan $L_t = 0,0864$. Ini berarti $L_o < L_t$ (Perhitungan terdapat pada lampiran 63 hal 208), artinya data berdistribusi normal. Untuk lebih jelasnya, hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel IV.8 sebagai berikut:

Tabel IV.8
Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X_2

No.	Galat Taksiran	L_o	L_{tabel} (0,05)	Keputusan	Keterangan
1	Y atas X_2	0,0714	0,0864	Terima H_o	Normal

b. Uji Linieritas Regresi

1) Uji Linieritas atas Diskon dengan Keputusan Pembelian

Kemudian dalam persyaratan analisis juga dilakukan pengujian linieritas regresi, untuk melihat apakah persamaan regresi tersebut berbentuk linier atau non linier, dengan kriteria pengujian $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka regresi dinyatakan linier.

Untuk tabel distribusi F yang digunakan untuk mengukur linieritas regresi dengan dk pembilang $(k-2) = 34$ dan dk penyebut $(n-k) = 69$, dengan $(\alpha = 0,05)$, diperoleh $F_{hitung} = 1,44$ sedangkan $F_{tabel} = 1,62$ Ini berarti $F_{hitung} < F_{tabel}$, berarti regresi linier (perhitungan terdapat pada lampiran 44 hal 180).

2) Uji Linieritas atas *Servicescape* (Lingkungan Fisik) dengan Keputusan Pembelian

Kemudian dalam persyaratan analisis juga dilakukan pengujian linieritas regresi, untuk melihat apakah persamaan regresi tersebut berbentuk linier atau non linier, dengan kriteria pengujian $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka regresi dinyatakan linier.

Untuk tabel distribusi F yang digunakan untuk mengukur linieritas regresi dengan dk pembilang $(k-2) = 30$ dan dk penyebut $(n-k) = 73$, dengan $(\alpha = 0,05)$, diperoleh $F_{hitung} = 1,28$ sedangkan $F_{tabel} = 1,62$. Ini berarti $F_{hitung} < F_{tabel}$, berarti regresi linier (perhitungan terdapat pada lampiran 67 hal 216).

3. Pengujian Hipotesis Penelitian

a. Diskon dengan Keputusan Pembelian

Dalam uji hipotesis terdapat uji keberartian regresi yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan berarti atau tidak.

Kriteria pengujian, yaitu H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan H_0 ditolak, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dimana H_0 adalah model regresi tidak berarti dan H_a adalah model regresi berarti atau signifikan, maka dalam hal ini harus menolak H_0 .

Berdasarkan hasil perhitungan F_{hitung} sebesar 49,49 dan untuk F_{tabel} sebesar 3,91. Jadi dalam pengujian ini dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} 49,49 > F_{tabel} 3,91$, ini berarti H_0 ditolak dan sampel dinyatakan

memiliki regresi berarti (proses perhitungan terdapat pada lampiran 45 hal 181). Pengujian dilakukan dengan tabel ANAVA.

Tabel IV.9

**Anava Untuk Keberartian dan Linieritas Persamaan Regresi
Diskon dengan Keputusan Pembelian**

$$\hat{Y} = 49,89 + 0,4864X_1$$

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F _{hitung}	F _{tabel}
Total	105	851699			
Regresi (a)	1	846724,20			
Regresi (b/a)	1	1614,54	1614,54	49,49	3,91
Residu	103	3360,26	32,62		
Tuna Cocok	34	1395,86	41,05	1,44	1,62
Galat Kekeliruan	69	1964,40	28,47		

Keterangan : *) **Persamaan regresi berarti karena F_{hitung} (49,49) > F_{tabel} (3,91)**
 ns) **Persamaan regresi linear karena F_{hitung} (1,44) < F_{tabel} (1,62)**

Pengujian koefisien korelasi bertujuan untuk mengetahui besar atau kuatnya hubungan antara variabel X_1 dan variabel Y. Penelitian ini menggunakan rumus koefisien korelasi *Product Moment* dari *Pearson*.

Hasil perhitungan koefisien korelasi antara diskon dengan keputusan pembelian diperoleh koefisien korelasi sederhana $r_{xy} = 0,570$ (proses perhitungan dilihat pada lampiran 46 hal 182). Untuk uji signifikan koefisien korelasi disajikan pada tabel IV.10

Tabel IV.10**Pengujian Signifikan Koefisien Korelasi Sederhana Antara X_1 dan Y**

Koefisien antara X_1 dan Y	Koefisien Korelasi	Koefisien Determinasi	t_{hitung}	t_{tabel}
	0,570	32,45%	7,035	1,66

Berdasarkan pengujian signifikan koefisien korelasi antara diskon dengan keputusan pembelian sebagaimana terlihat pada tabel IV.10 di atas, diperoleh $t_{hitung} = 7,035 > t_{tabel} = 1,66$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi sederhana $r_{xy} = 0,570$ adalah signifikan. Artinya, dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara diskon dengan Keputusan Pembelian. Koefisien determinasi $r_{xy} = 0,570^2 = 0,3245$ berarti sebesar 32,45% keputusan pembelian Indomaret Cikaret pada warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor ditentukan oleh diskon (proses perhitungan dapat terlihat pada lampiran 48 hal 184).

b. *Servicescape* (Lingkungan Fisik) dengan Keputusan Pembelian

Dalam uji hipotesis terdapat uji keberartian regresi yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan berarti atau tidak.

Kriteria pengujian, yaitu H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan H_0 ditolak, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dimana H_0 adalah model regresi tidak berarti

dan H_a adalah model regresi berarti atau signifikan, maka dalam hal ini kita harus menolak H_0 .

Berdasarkan hasil perhitungan F_{hitung} sebesar 66,65 dan untuk F_{tabel} sebesar 3,91. Jadi, dalam pengujian ini dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} 66,65 > F_{tabel} 3,91$, ini berarti H_0 ditolak dan sampel dinyatakan memiliki regresi berarti (proses perhitungan terdapat pada lampiran 68 hal 217). Pengujian dilakukan dengan tabel ANAVA.

Tabel IV.11

Anava Untuk Keberartian dan Linieritas Persamaan Regresi

***Servicescape* dengan Keputusan Pembelian**

$$\hat{Y} = 40,46 + 0,5875X_2$$

Sumber Varians	Dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F_{hitung}	F_{tabel}
Total	105	851699			
Regresi (a)	1	846724,20			
Regresi (b/a)	1	1954,49	1954,49	66,65	3,91
Residu	103	3020,31	29,32		
Tuna Cocok	30	1041,22	34,71	1,28	1,62
Galat Kekeliruan	73	1979,09	27,11		

Keterangan : *) **Persamaan regresi berarti karena $F_{hitung} (66,65) > F_{tabel} (3,91)$**
 ns) **Persamaan regresi linear karena $F_{hitung} (1,28) < F_{tabel} (1,62)$**

Pengujian koefisien korelasi bertujuan untuk mengetahui besar atau kuatnya hubungan antara variabel X_2 dan variabel Y. Penelitian ini menggunakan rumus koefisien korelasi *Product Moment* dari *Pearson*.

Hasil perhitungan koefisien korelasi antara *servicescape* (lingkungan fisik) dengan keputusan pembelian diperoleh koefisien korelasi sederhana $r_{xy} = 0,627$ (proses perhitungan dilihat pada lampiran

69 hal 218). Untuk uji signifikan koefisien korelasi disajikan pada tabel IV.12

Tabel IV.12
Pengujian Signifikan Koefisien Korelasi Sederhana Antara X₂ dan Y

Koefisien antara X ₂ dan Y	Koefisien Korelasi	Koefisien Determinasi	t _{hitung}	t _{tabel}
	0,627	39,29%	8,164	1,66

Berdasarkan pengujian signifikan koefisien korelasi antara *servicescape* dengan Keputusan Pembelian sebagaimana terlihat pada tabel IV.12 di atas, diperoleh $t_{hitung} = 8,164 > t_{tabel} = 1,66$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi sederhana $r_{xy} = 0,627$ adalah signifikan. Artinya, dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *servicescape* dengan Keputusan Pembelian. Koefisien determinasi $r_{xy} = 0,627^2 = 0,3929$ berarti sebesar 39,29% keputusan pembelian Indomaret Cikaret pada warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor ditentukan oleh *servicescape* (lingkungan fisik) (proses perhitungan dapat terlihat pada lampiran 71 hal 220).

C. Pembahasan

a. Diskon dengan Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dijelaskan sebelumnya, diketahui adanya hubungan positif antara diskon dengan keputusan pembelian Indomaret Cikaret pada warga RW 012 Perumahan Puri

Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor.

Dari perhitungan itu pula maka, dapat disimpulkan bahwa diskon mempengaruhi keputusan pembelian atau semakin tinggi diskon, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian Indomaret Cikaret pada warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor.

Penelitian sebelumnya yang relevan merupakan pendukung untuk melakukan penelitian ini. Dengan demikian, hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menyatakan bahwa penelitian yang peneliti lakukan berhasil menguji hipotesis, dimana sesuai dengan 4 penelitian terdahulu. Karena, penelitian yang peneliti lakukan, yaitu menunjukkan koefisien korelasi $r_{xy} = 0,570$. Koefisien tersebut menunjukkan arah kedua variabel adalah korelasi positif. Dari hasil perhitungan uji keberartian koefisien korelasi (uji-t) diperoleh $t_{hitung} = 7,035 > t_{tabel} = 1,66$ 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) = $n - 2 = 103$. Jika H_0 ditolak, maka koefisien korelasi signifikan, sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang positif antara diskon dengan keputusan pembelian.

b. *Servicescape* (Lingkungan Fisik) dengan Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dijelaskan sebelumnya, diketahui adanya hubungan positif antara *servicescape* (lingkungan fisik)

dengan keputusan pembelian Indomaret Cikaret pada warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor.

Dari perhitungan itu pula maka, dapat disimpulkan bahwa *servicescape* (lingkungan fisik) mempengaruhi keputusan pembelian atau semakin tinggi *servicescape* (lingkungan fisik), maka semakin tinggi pula keputusan pembelian Indomaret Cikaret pada warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor.

Penelitian sebelumnya yang relevan merupakan pendukung untuk melakukan penelitian ini. Dengan demikian, hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menyatakan bahwa penelitian yang peneliti lakukan berhasil menguji hipotesis, dimana sesuai dengan 4 penelitian terdahulu. Karena, penelitian yang peneliti lakukan, yaitu menunjukkan koefisien korelasi $r_{xy} = 0,627$. Koefisien tersebut menunjukkan arah kedua variabel adalah korelasi positif. Dari hasil perhitungan uji keberartian koefisien korelasi (uji-t) diperoleh $t_{hitung} = 8,164 > t_{tabel} = 1,66$ dengan kriteria koefisien korelasi dinyatakan signifikan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$. Koefisien korelasi di uji pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) dengan derajat kebebasan $(dk) = n - 2 = 103$. Jika H_0 ditolak, maka koefisien korelasi signifikan, sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang positif antara *servicescape* (lingkungan fisik) dengan keputusan pembelian.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

a. Diskon dengan Keputusan Pembelian

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab - bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara diskon dengan keputusan pembelian Indomaret Cikaret pada warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor. Persamaan regresi $\hat{Y} = 49,89 + 0,4864X_1$ menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor diskon (X_1) akan mengakibatkan kenaikan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,4864 skor pada konstanta 49,89.

Keputusan pembelian ditentukan oleh diskon sebesar 32,45% dan sisanya sebesar 67,55% dipengaruhi oleh faktor lain, seperti kualitas produk dan diskon.

b. *Servicescape* (Lingkungan Fisik) dengan Keputusan Pembelian

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab - bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *servicescape* (lingkungan fisik) dengan keputusan pembelian Indomaret Cikaret pada warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor. Persamaan regresi $\hat{Y} = 40,46 + 0,5875X_2$ menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor *servicescape*

(lingkungan fisik) (X_2) akan mengakibatkan kenaikan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,5875 skor pada konstanta 40,46.

Keputusan pembelian ditentukan oleh *servicescape* (lingkungan fisik) sebesar 39,29% dan sisanya sebesar 60,71% dipengaruhi oleh faktor lain, seperti kualitas produk dan diskon.

B. Implikasi

a. Diskon dengan Keputusan Pembelian

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara diskon dengan keputusan pembelian Indomaret Cikaret pada warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor. Hal ini membuktikan bahwa diskon merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Implikasi dari penelitian ini, yaitu bahwa Indomaret Cikaret harus dapat meningkatkan diskon untuk meningkatkan keputusan pembelian. Keputusan pembelian yang diakibatkan oleh diskon yang rendah, jika dibiarkan secara terus-menerus akan membuat konsumen beralih ke toko ritel yang lain.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data, pada variabel keputusan pembelian terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator rangsangan internal dengan sub indikator diri sendiri, yaitu sebesar 16,19%. Selanjutnya, dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator rangsangan eksternal dengan sub

indikator pengaruh orang lain sebesar 14,97%. Selanjutnya, dimensi sikap dengan indikator sikap dengan sub indikator membeli produk yang disukai, yaitu sebesar 14,88%. Selanjutnya, dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber komersial dengan sub indikator iklan, yaitu sebesar 14%. Selanjutnya, dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber pribadi dengan sub indikator keluarga, yaitu sebesar 13,60%. Selanjutnya, dimensi evaluasi alternatif dengan indikator memilih diantara dua atau lebih alternatif produk, yaitu 13,47%. Selanjutnya, dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber pribadi dengan sub indikator teman, yaitu sebesar 13%.

Dari hasil pengolahan data, terlihat bahwa konsumen yang merasa diskon yang diberikan oleh Indomaret rendah, akan memiliki keputusan pembelian yang rendah pula. Hal yang perlu dilakukan Indomaret adalah meningkatkan diskon agar keputusan pembelian dapat tinggi pula terhadap Indomaret Cikaret di Kabupaten Bogor.

b. *Servicescape* (Lingkungan Fisik) dengan Keputusan Pembelian

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *servicescape* (lingkungan fisik) dengan Indomaret Cikaret pada warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor. Hal ini membuktikan *servicescape* (lingkungan fisik) bahwa merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Implikasi dari penelitian ini, yaitu bahwa Indomaret Cikaret harus dapat meningkatkan *servicescape* (lingkungan fisik) untuk meningkatkan keputusan pembelian. Keputusan pembelian yang diakibatkan oleh *servicescape* (lingkungan fisik) yang rendah, jika dibiarkan secara terus-menerus akan membuat konsumen beralih ke toko ritel lain.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data, pada variabel keputusan pembelian terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator rangsangan internal dengan sub indikator diri sendiri, yaitu sebesar 16,19%. Selanjutnya, dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator rangsangan eksternal dengan sub indikator pengaruh orang lain sebesar 14,97%. Selanjutnya, dimensi sikap dengan indikator sikap dengan sub indikator membeli produk yang disukai, yaitu sebesar 14,88%. Selanjutnya, dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber komersial dengan sub indikator iklan, yaitu sebesar 14%. Selanjutnya, dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber pribadi dengan sub indikator keluarga, yaitu sebesar 13,60%. Selanjutnya, dimensi evaluasi alternatif dengan indikator memilih diantara dua atau lebih alternatif produk, yaitu 13,47%. Selanjutnya, dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber pribadi dengan sub indikator teman, yaitu sebesar 13%.

Dari hasil pengolahan data, terlihat bahwa konsumen yang merasa *servicescape* (lingkungan fisik) kepada Indomaret rendah, akan memiliki keputusan pembelian yang rendah pula. Hal yang perlu dilakukan oleh Indomaret adalah meningkatkan *servicescape* (lingkungan fisik) agar keputusan pembelian dapat tinggi pula terhadap Indomaret Cikaret di Kabupaten Bogor.

C.Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat untuk meningkatkan keputusan pembelian Indomaret Cikaret antara lain:

1. Indomaret harus dapat mempertahankan dan meningkatkan keputusan pembelian sesuai dengan visinya, yaitu menjadi toko ritel yang selalu mengutamakan keputusan pembelian, dengan memperhatikan diskon, *servicescape* (lingkungan fisik), serta faktor lainnya yang dapat meningkatkan keputusan pembelian. Sehingga, konsumen akan merasa puas dengan Indomaret dan tidak beralih ke toko ritel lainnya.
2. Indomaret juga harus memberikan diskon sebaik dan semaksimal mungkin terhadap produk-produk yang ditawarkan agar konsumen meningkatkan pembeliannya di Indomaret.
3. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan bahwa *servicescape* (lingkungan fisik) harus diperbaiki lagi salah satunya dengan memperluas lahan parkir sehingga konsumen tidak sulit untuk memarkirkan kendaraannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Ariani, Wahyu. *Manajemen Operasi Jasa*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Armstrong dan Philip Kotler. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan Jilid 2*. Erlangga, 2001.
- Armstrong dan Philip Kotler. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Bart Van Looy, Paul Gemmel & Dierdonck. *Services Management: An Integrated Approach second edition*. FT Pentice Hall, 2003.
- Bateson dan K. Douglas Hoffman. *Services Marketing: Concepts, Strategies & Cases Fifth Edition*. USA Cengage Learning, 2017.
- Bitner dan Valerie. A. Zithaml. *Service Marketing: Integrating CustomerFocus Across The Firm Third Edition, International Edition*. Mc.Graw Hill, 2004.
- Boyd, Harper. *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga, 2005.
- Fitzsimmons, James. *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology 7 Edition*. Mc. Graw Hill, 2010.
- Irawan dan Basu Swastha. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty, 2008.

- Kachwala dan Mukherjee. *Operations Manajemen and Productivity Techniques*. PHI Learning Private Limited. 2009.
- Kanuk dan Leon G. Schiffman. *Consumer Behavior Eighth Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall Inc, 2004.
- Keller dan Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid 2*. PT Indeks, 2007.
- Keller dan Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid I*. Jakarta: PT. Indeks, 2009.
- Kotler dan Gary Armstrong. *Marketing : An Introduction 8/e*. Pearson Prentice hall, 2007.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prenhallindo, 1997.
- Kotler, Philip. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control Ninth Edition, International Edition*. Prentice Hall, 1997.
- Michael Levy, Barton & Beitelspacher. *Retailing Management Eight Edition*. Mc Graw Hill, 2012.
- Minor dan John. C. Mowen. *Perilaku Konsumen Jilid 2 Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga, 2002.
- Mitchell dan Hall. *Wine Marketing:A Partical Guide*. Burlington: Elsevier, 2008.
- Muljono dan Djaali. *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: Grasindo, 2008.
- Ramneek Kapoor, Justin Paul & Biplap Halder. *Service Marketing: Concepts & Practices*. New Delhi: Mc Graw Hill Education Private Limited, 2011.

- Render dan Cengiz Haksever. *Service Management: An Integrated Approach To Supply Chain Management and Operations*. Pearson Education Inc, 2013.
- Setiadi, Nugroho. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana, 2008.
- Shepard, Aaron. *Pod For Profit*. Washington: Friday Harbour, 2010.
- Siregar, Syofian. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010.
- Sudjana. *Metoda Statistika*. Bandung: PT. Tarsito, 2005.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi Mixed Methods* . Bandung: Alfabeta, 2014.
- . *Statistika untuk Penelitian* . Bandung: Alfabeta, 2007.
- Suharno dan Sutarso, Yudi. *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Sulistiyowati, Leny. *Panduan Praktis Memahami Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2010.
- Walker dan Boyd. *Marketing Management: A Strategic Approach*. Tokyo: Toppan Co, 1992.
- Weitz dan Michael Levy. *Retailing Management Fifth Edition*. Mc. Graw Hill, 2004.
- Widjaja, Bernard T. *Lifestyle Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Wright dan Christopher Lovelock. *Principles of Service Marketing and Management*. Prentice Hall: Library of Congress, 1999.

Zaharudin, Harmaizar. *Menggali Potensi Wirausaha*. Bekasi: CV. Dian Anugerah Prakasa, 2006.

Zeithaml dan Bitner. *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm 5 Ed, International Ed*. Mc.Graw Hill, 2009.

Jurnal :

Faridha Anggraeni dan Prijati dengan judul “Pengaruh Promosi, Diskon dan *Impulse Buying* Terhadap Keputusan Pembelian *Hypermarket* PTC Surabaya”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 05, Nomor 07, tahun 2016, *ISSN*: 2461-0593.

Rizky Y.S Emor dan Agus Supandi Soegoto dengan judul “Pengaruh Diskon, Citra Merek, dan *Servicescape* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret Tanjung Batu”. *Jurnal EMBA*, Vol. 3, No. 2, Tahun 2015, *ISSN*: 2303-1174.

Yildirim Yildirim dan Orcun Aydin dengan judul “*Investigation of the Effects of Discount Announcements on Consumer’s Purchase Decisions: A Case Study in Supermarket*”. *Elsevier Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 62, No. 1, September 2012, *ISSN*: 1877-0428.

Sheetal Patil dengan judul “*Impact of Retail Servicescape on Buying Behavior*”. *BVIMSR’s Journal of Management Research*, Vol. 6, Issue 1, April 2014, *ISSN*: 0976-4739, Pages 10-17.

Internet :

<https://indomaret.co.id/korporat/seputar-indomaret/peduli-dan-berbagi/2014/01/16/sejarah-dan-visi/>. Diakses tanggal : 27 Januari 2017.

<http://www.kompasiana.com>, Pengalaman Komplain Di Indomaret. 2017 (http://www.kompasiana.com/ayikastrid/pengalaman-komplain-di-indomaret_551ada1781331132019de1d9) (diakses pada tanggal 27 Januari 2017).

<http://rumahpengaduan.com>, Air Galon Indomaret *Cleo* Berlumut Dan Kotor. 2017 (<http://rumahpengaduan.com/2013/06/18/air-galon-indomaret-cleo-berlumut-dan-kotor/>) (diakses pada tanggal 27 Januari 2017).

<http://rumahpengaduan.com>, Ketidakjujuran Kasir Indomaret. 2017
(<http://rumahpengaduan.com/2013/05/27/ketidakjujuran-kasir-indomaret/>)
(diakses pada tanggal 27 Januari 2017)

<https://www.kaskus.co.id>, Keluhan Terhadap Kasir Indomaret Randudongkal II.
2017
(<https://www.kaskus.co.id/thread/541456e1a4cb17b1528b4574/keluhan-terhadap-kasir-indomaret-randudongkal-ii/>) (diakses pada tanggal 27 Januari 2017)



*Building
Future
Leaders*

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jaian Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon/Faximile : Rektor : (021) 4893854, PRI : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982
BUK : 4750930, BAKHUM : 4759081, BK : 4752180
Bagian UHT : Telepon, 4893726, Bagian Keuangan : 4892414, Bagian Kepegawaian : 4890536, Bagian Humas : 4898486
Laman : www.unj.ac.id

Nomor : **0917/UN39.12/KM/2017**
Lamp. : -
Hal : **Permohonan Izin Mengadakan Penelitian
untuk Penulisan Skripsi**

14 Maret 2017

Yth. Ketua RW 012 Kel. Harapan Jaya
Kec. Cibinong, Kab. Bogor

Kami mohon kesediaan Saudara untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

Nama : **Restia Nur Rizky**
Nomor Registrasi : 8135134141
Program Studi : Pendidikan Tata Niaga
Fakultas : Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
No. Telp/HP : 081290056628

Dengan ini kami mohon diberikan ijin mahasiswa tersebut, untuk dapat mengadakan penelitian guna mendapatkan data yang diperlukan dalam rangka penulisan skripsi dengan judul :

"Hubungan Antara Diskon dan Servicescape (Lingkungan Fisik) Dengan Keputusan Pembelian Indomaret Cikaret Pada Warga RW 12 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor"

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan,
dan Hubungan Masyarakat



Wahid Sasmoro, SH
NIP. 19630403 198510 2 001

Tembusan :
1. Dekan Fakultas Ekonomi
2. Kaprog Pendidikan Tata Niaga

RUKUN WARGA 012
PERUMAHAN PURI NIRWANA II
KELURAHAN HARAPAN JAYA KECAMATAN CIBINONG

Nomor : 12 / RW.12 / 03 / 2017

21 Maret 2017

Lamp :

Hal : Keterangan Izin Mengadakan Penelitian
Untuk Penulisan Skripsi

Yth. Kepala Biro Administrasi
Akademik dan Kemahasiswaan
Universitas Negeri Jakarta

Sehubungan dengan surat No. 0917/UN39.12/KM/2017 tanggal 14 Maret 2017 perihal permohonan izin mengadakan penelitian untuk penulisan skripsi, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Sukiman**
Jabatan : Ketua RW 012 Perumahan Puri Nirwana II Kel. Harapan Jaya
Kec. Cibinong Kab. Bogor
Alamat : Puri Nirwana II Blok K No. 06 RT 03 RW 012 Kel. Harapan Jaya
Kec. Cibinong Kab. Bogor

Mengizinkan mahasiswa dengan:

Nama : **Restia Nur Rizky**
Nomor Registrasi : **8135134141**
Program Studi : Pendidikan Tata Niaga
Fakultas : Ekonomi

Untuk melaksanakan penelitian pada RW 012 Perumahan Puri Nirwana II Kel. Harapan Jaya Kec. Cibinong Kab. Bogor dalam rangka pengumpulan data untuk keperluan penyusunan skripsi dengan judul:

"Hubungan Antara Diskon dan Servicescape (Lingkungan Fisik) Dengan Keputusan Pembelian Indomaret Cikaret Pada Warga RW 012 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor"

Semoga surat ini dapat digunakan sebagaimana mestinya dan yang bersangkutan dapat memanfaatkan kesempatan ini dengan sebaik-baiknya.

Ketua RW. 012



SURVEI AWAL

Nama Responden : _____

No. Telepon : _____

RT : _____

Saudara/i dimohon untuk mengisi pertanyaan ini dengan memberikan tanda *checklist* (X) pada jawaban yang paling sesuai dengan kondisi Anda.

1. Apakah Anda pernah membeli di Indomaret Cikaret ?
 - a. Ya
 - b. Tidak

2. Jika tidak, berikan alasan Anda:
 - a. Diskon yang sedikit
 - b. *Servicescape* (lingkungan fisik) yang kurang memadai
 - c. Semua jawaban benar
 - d. Alasan lainnya (sebutkan alasan Anda) _____

Terima Kasih Atas Tanggapan Anda

KUESIONER UJI COBA

Karakteristik Responden

Responden yang terhormat,

Saya mahasiswi Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sedang mengadakan penelitian mengenai **Hubungan Antara Diskon dan *Servicescape* (Lingkungan Fisik) Dengan Keputusan Pembelian Indomaret Cikaret Pada Warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong Di Kabupaten Bogor**. Saya mengharapkan bantuan anda untuk mengisi kuesioner yang saya berikan ini dengan sebaik-baiknya. Informasi yang diperoleh nantinya akan diolah dan dipergunakan semata-mata hanya untuk kepentingan akademis.

Saudara/i dimohon untuk mengisi kuesioner ini sesuai petunjuk yang kami berikan.

Berilah tanda () pada kolom pernyataan (yang paling sesuai dengan kondisi Anda), dengan ketentuan:

Sangat tidak setuju – (STS)	Setuju – (S)
Tidak setuju – (TS)	Sangat Setuju – (SS)
Netral/biasa saja – (RR)	

DATA RESPONDEN

Isilah pertanyaan berikut ini:

Nama : _____

Nomor Responden : _____ (Diisi oleh peneliti)

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No.	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya membeli produk yang ada di Indomaret Cikaret atas keinginan saya sendiri					
2.	Indomaret Cikaret memberikan saya kemudahan untuk mendapatkan produk yang saya butuhkan					
3.	Indomaret Cikaret menyulitkan saya dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari					
4.	Saya membeli produk yang ada di Indomaret Cikaret atas rekomendasi teman saya					
5.	Saya membeli produk yang ada di Indomaret					

	Cikaret atas rekomendasi orang asing					
6.	Menurut teman saya produk di Indomaret Cikaret sedikit					
7.	Menurut teman saya produk di Indomaret Cikaret lengkap					
8.	Melihat produk yang teman saya beli membuat saya tertarik berbelanja di Indomaret Cikaret					
9.	Saya mendapat informasi tentang Indomaret Cikaret dari ibu saya					
10.	Saya sulit mendapatkan informasi tentang Indomaret Cikaret dari ibu saya					
11.	Saya mendapat informasi tentang Indomaret Cikaret dari kakak saya					
12.	Saya mendapatkan informasi tentang Indomaret Cikaret dari adik saya					
13.	Menurut teman saya produk yang ada di Indomaret Cikaret lengkap					
14.	Menurut teman saya produk yang ada di Indomaret Cikaret terbatas					
15.	Saya mengetahui produk yang ada di Indomaret Cikaret dari iklan di media cetak (brosur)					
16.	Saya mengetahui produk yang ada di Indomaret Cikaret dari iklan di televisi					
17.	Saya sulit mengetahui produk yang ada di Indomaret Cikaret dari media cetak (brosur)					
18.	Saya sulit mengetahui produk yang ada di Indomaret Cikaret dari iklan di televisi					
19.	Brosur yang dibagikan membuat saya tertarik berbelanja di Indomaret Cikaret					
20.	Saya lebih memilih membeli produk yang ada di Indomaret Cikaret dibandingkan di <i>Alfamart</i>					
21.	Saya lebih memilih membeli produk di warung tradisional					
22.	Saya suka produk yang dijual di Indomaret Cikaret					
23.	Saya suka produk yang dijual di <i>Alfamart</i>					

24.	Saya merasa senang jika barang kebutuhan sehari-hari saya tersedia di Indomaret Cikaret					
25.	Saya merasa risih jika barang kebutuhan sehari-hari saya tersedia di Indomaret Cikaret					
26.	Saya kecewa membeli produk di Indomaret Cikaret					

**SKOR UJI COBA INSTRUMEN
KEPUTUSAN PEMBELIAN (VARIABEL Y)**

No. Resp.	Butir Pernyataan																										X _i	X _i ²
	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	26		
1	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	2	2	2	4	4	5	4	4	4	2	3	90	8100
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	108	11664
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	109	11881
4	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	4	4	2	2	2	4	4	4	2	2	1	2	2	2	4	4	67	4489
5	4	4	2	5	5	4	5	5	4	1	5	5	4	3	5	5	4	4	4	2	5	5	4	4	4	5	107	11449
6	5	4	4	2	3	3	4	3	2	2	2	2	4	1	3	2	4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	80	6400
7	5	4	5	2	1	4	5	5	2	5	2	1	5	4	4	2	1	5	5	1	4	5	4	4	5	4	94	8836
8	4	4	4	2	2	4	4	2	2	4	2	2	4	2	2	2	2	4	2	3	5	4	2	5	3	3	79	6241
9	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	116	13456
10	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	2	4	3	4	4	2	4	4	4	3	2	2	4	4	4	91	8281
11	4	4	4	1	1	5	3	3	2	5	1	1	4	2	4	3	2	2	4	3	4	4	2	4	3	3	78	6084
12	4	4	2	2	2	3	2	4	2	3	4	4	2	2	1	1	2	3	4	4	4	4	4	5	5	5	82	6724
13	5	5	5	1	3	3	5	4	2	5	2	1	5	2	3	1	4	5	3	3	5	5	3	5	5	4	94	8836
14	3	5	4	4	4	2	2	3	2	1	5	5	4	4	2	4	3	4	2	2	5	4	5	5	2	4	90	8100
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	125	15625
16	4	4	4	5	4	4	5	4	5	2	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3	5	4	5	110	12100
17	5	4	5	4	4	3	4	4	4	2	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	106	11236
18	5	4	4	4	3	4	5	5	1	5	1	1	5	1	1	2	1	1	5	2	4	5	5	5	5	5	89	7921
19	2	2	2	4	4	2	1	2	4	2	2	4	3	2	4	4	4	4	4	4	5	2	2	2	2	4	77	5929
20	4	4	4	2	2	3	3	4	2	4	2	2	4	3	5	1	1	5	5	1	5	5	4	4	5	4	88	7744
21	5	5	3	4	4	3	5	4	4	2	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	110	12100
22	5	3	4	4	1	4	5	4	5	5	5	5	2	2	4	2	3	2	4	4	5	4	5	3	2	4	96	9216
23	4	5	5	4	4	3	5	5	4	2	5	4	5	1	2	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	106	11236
24	5	5	5	5	5	3	5	5	5	1	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	112	12544
25	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	111	12321
26	5	5	5	1	1	5	5	5	1	5	1	1	5	5	5	1	5	5	4	2	5	4	4	5	5	5	100	10000
27	5	5	5	2	2	2	2	4	4	4	4	4	5	4	4	1	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	101	10201
28	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	118	13924
29	5	5	5	4	3	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	119	14161
30	5	4	4	2	1	4	4	4	5	1	4	1	2	5	1	1	2	2	1	4	1	5	5	5	4	5	82	6724
ΣX _i	130	125	121	100	92	110	120	117	97	104	103	101	126	94	108	94	101	113	124	104	131	127	116	130	120	127	2935	293523
ΣX _i ²	584	539	515	384	330	430	520	481	369	416	419	405	554	344	436	350	387	461	538	410	599	561	482	584	508	551		

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

Beserta contoh perhitungan untuk butir 1

1. Kolom SX_i = Jumlah butir ke satu

$$\begin{aligned} SX_i &= 4 + 4 + 4 + 2 + \dots + 5 \\ &= 130 \end{aligned}$$
2. Kolom SX_t = Jumlah total butir dari setiap responden

$$\begin{aligned} SX_t &= 90 + 108 + 109 + 67 + \dots + 82 \\ &= 2935 \end{aligned}$$
3. Kolom SX_t^2

$$\begin{aligned} SX_t^2 &= 90^2 + 108^2 + 109^2 + 67^2 + \dots + 82^2 \\ &= 293523 \end{aligned}$$
4. Kolom SX_i^2

$$\begin{aligned} SX_i^2 &= 4^2 + 4^2 + 4^2 + 2^2 + \dots + 5^2 \\ &= 584 \end{aligned}$$
5. Kolom $SX_i \cdot X_t$

$$\begin{aligned} SX_i \cdot X_t &= 360 + 432 + 436 + 134 + \dots + 410 \\ &= 12897 \end{aligned}$$
6. Kolom Sx_i^2

$$\begin{aligned} Sx_i^2 &= SX_i^2 - \frac{(SX_i)^2}{n} \\ &= 584 - \frac{130^2}{30} \\ &= 20,667 \end{aligned}$$
7. Kolom $Sx_i \cdot x_t$

$$\begin{aligned} Sx_i \cdot x_t &= SX_i \cdot X_t - \frac{(SX_i)(SX_t)}{n} \\ &= 12897 - \frac{130 \times 2935}{30} \\ &= 178,67 \end{aligned}$$
8. Kolom Sx_t^2

$$\begin{aligned} Sx_t^2 &= SX_t^2 - \frac{(SX_t)^2}{n} \\ &= 293523 - \frac{2935^2}{30} \\ &= 6382,17 \end{aligned}$$
9. Kolom r_{hitung}

$$\begin{aligned} r_{hitung} &= \frac{Sx_i \cdot x_t}{\sqrt{(Sx_i^2)(Sx_t^2)}} \\ &= \frac{178,667}{\sqrt{20,667 \times 6382,167}} = \mathbf{0,492} \end{aligned}$$

**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	130	584	12897	20,67	178,67	6382,2	0,492	0,361	VALID
2	125	539	12431	18,17	201,83	6382,2	0,593	0,361	VALID
3	121	515	12039	26,97	201,17	6382,2	0,485	0,361	VALID
4	100	384	10150	50,67	366,67	6382,2	0,645	0,361	VALID
5	92	330	9243	47,87	242,33	6382,2	0,438	0,361	VALID
6	110	430	10948	26,67	186,33	6382,2	0,452	0,361	VALID
7	120	520	12040	40,00	300,00	6382,2	0,594	0,361	VALID
8	117	481	11632	24,70	185,50	6382,2	0,467	0,361	VALID
9	97	369	9921	55,37	431,17	6382,2	0,725	0,361	VALID
10	104	416	10213	55,47	38,33	6382,2	0,064	0,361	DROP
11	103	419	10497	65,37	420,17	6382,2	0,651	0,361	VALID
12	101	405	10232	64,97	350,83	6382,2	0,545	0,361	VALID
13	126	554	12517	24,80	190,00	6382,2	0,478	0,361	VALID
14	94	344	9586	49,47	389,67	6382,2	0,694	0,361	VALID
15	108	436	10889	47,20	323,00	6382,2	0,589	0,361	VALID
16	94	350	9516	55,47	319,67	6382,2	0,537	0,361	VALID
17	101	387	10207	46,97	325,83	6382,2	0,595	0,361	VALID
18	113	461	11236	35,37	180,83	6382,2	0,381	0,361	VALID
19	124	538	12387	25,47	255,67	6382,2	0,634	0,361	VALID
20	104	410	10490	49,47	315,33	6382,2	0,561	0,361	VALID
21	131	599	12971	26,97	154,83	6382,2	0,373	0,361	VALID
22	127	561	12624	23,37	199,17	6382,2	0,516	0,361	VALID
23	116	482	11588	33,47	239,33	6382,2	0,518	0,361	VALID
24	130	584	12876	20,67	157,67	6382,2	0,434	0,361	VALID
25	120	508	11853	28,00	113,00	6382,2	0,267	0,361	DROP
26	127	551	12540	13,37	115,17	6382,2	0,394	0,361	VALID

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

No. Resp.	Butir Pernyataan																								X _i
	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	4	2	4	4	4	4	2	2	4	4	4	2	2	2	4	4	5	4	4	4	3	84
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	99
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	100
4	2	2	2	2	4	2	2	2	2	4	4	2	2	2	4	4	4	2	2	1	2	2	2	4	61
5	4	4	2	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	5	5	4	4	4	2	5	5	4	4	5	102
6	5	4	4	2	3	3	4	3	2	2	2	4	1	3	2	4	4	3	3	2	4	3	4	3	74
7	5	4	5	2	1	4	5	5	2	2	1	5	4	4	2	1	5	5	1	4	5	4	4	4	84
8	4	4	4	2	2	4	4	2	2	2	2	4	2	2	2	2	4	2	3	5	4	2	5	3	72
9	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	108
10	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	3	4	4	2	4	4	4	3	2	2	4	4	83
11	4	4	4	1	1	5	3	3	2	1	1	4	2	4	3	2	2	4	3	4	4	2	4	3	70
12	4	4	2	2	2	3	2	4	2	4	4	2	2	1	1	2	3	4	4	4	4	4	5	5	74
13	5	5	5	1	3	3	5	4	2	2	1	5	2	3	1	4	5	3	3	5	5	3	5	4	84
14	3	5	4	4	4	2	2	3	2	5	5	4	4	2	4	3	4	2	2	5	4	5	5	4	87
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	116
16	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3	5	5	104
17	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	100
18	5	4	4	4	3	4	5	5	1	1	1	5	1	1	2	1	1	5	2	4	5	5	5	5	79
19	2	2	2	4	4	2	1	2	4	2	4	3	2	4	4	4	4	4	4	5	2	2	2	4	73
20	4	4	4	2	2	3	3	4	2	2	2	4	3	5	1	1	5	5	1	5	5	4	4	4	79
21	5	5	3	4	4	3	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	104
22	5	3	4	4	1	4	5	4	5	5	5	2	2	4	2	3	2	4	4	5	4	5	3	4	89
23	4	5	5	4	4	3	5	5	4	5	4	5	1	2	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	100
24	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	107
25	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	102
26	5	5	5	1	1	5	5	5	1	1	1	5	5	5	1	5	5	4	2	5	4	4	5	5	90
27	5	5	5	2	2	2	2	4	4	4	4	5	4	4	1	3	4	4	5	5	4	5	5	4	92
28	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	109
29	5	5	5	4	3	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	111
30	5	4	4	2	1	4	4	5	1	1	2	5	1	1	2	2	1	4	1	5	5	5	4	5	74
ΣX _i	130	125	121	100	92	110	120	117	97	103	101	126	94	108	94	101	113	124	104	131	127	116	130	127	2711
ΣX _i ²	584	539	515	384	330	430	520	481	369	419	405	554	344	436	350	387	461	538	410	599	561	482	584	551	

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

No.	Varians
1	0,69
2	0,61
3	0,90
4	1,69
5	1,60
6	0,89
7	1,33
8	0,82
9	1,85
10	2,18
11	2,17
12	0,83
13	1,65
14	1,57
15	1,85
16	1,57
17	1,18
18	0,85
19	1,65
20	0,90
21	0,78
22	1,12
23	0,69
24	0,45
$\sum Si^2$	29,78

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

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

$$= \frac{584 - \frac{130^2}{30}}{30} = 0,69$$

2. Menghitung varians total

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

$$= \frac{251167 - \frac{2711^2}{30}}{30} = 206,10$$

3. Menghitung Reliabilitas

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

$$= \frac{24}{23} \left(\frac{29,78}{206,10} \right)$$

$$= 0,8927$$

Kesimpulan

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

KUESIONER UJI COBA

Karakteristik Responden

Responden yang terhormat,

Saya mahasiswi Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sedang mengadakan penelitian mengenai **Hubungan Antara Diskon dan *Servicescape* (Lingkungan Fisik) Dengan Keputusan Pembelian Indomaret Cikaret Pada Warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong Di Kabupaten Bogor**. Saya mengharapkan bantuan anda untuk mengisi kuesioner yang saya berikan ini dengan sebaik-baiknya. Informasi yang diperoleh nantinya akan diolah dan dipergunakan semata-mata hanya untuk kepentingan akademis.

Saudara/i dimohon untuk mengisi kuesioner ini sesuai petunjuk yang kami berikan.

Berilah tanda () pada kolom pernyataan (yang paling sesuai dengan kondisi Anda), dengan ketentuan:

Sangat tidak setuju – (STS)	Setuju – (S)
Tidak setuju – (TS)	Sangat Setuju – (SS)
Netral/biasa saja – (RR)	

DATA RESPONDEN

Isilah pertanyaan berikut ini:

Nama : _____

Nomor Responden : _____ (Diisi oleh peneliti)

Variabel Diskon (X_1)

No.	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1.	Indomaret Cikaret memberikan penawaran lebih murah jika membeli lebih dari satu produk					
2.	Indomaret Cikaret memberikan penawaran spesial jika membeli produk lebih dari satu					
3.	Indomaret Cikaret memberikan penawaran lebih mahal jika membeli lebih dari satu produk					
4.	Saya antusias melihat penawaran produk					

	yang menarik di Indomaret Cikaret					
5.	Indomaret Cikaret memberikan penawaran lebih murah jika membeli paket produk					
6.	Indomaret Cikaret memberikan bonus satu produk tertentu jika membeli paket produk					
7.	Indomaret Cikaret memberikan penawaran lebih mahal jika membeli paket produk					
8.	Saya mendapat potongan jika membeli paket produk di Indomaret Cikaret					
9.	Indomaret Cikaret mengadakan <i>midnight sale</i> untuk menyambut pergantian tahun					
10.	Setiap bulan Desember Indomaret Cikaret memberikan penawaran spesial untuk menyambut tahun baru					
11.	Indomaret Cikaret sulit mengadakan <i>midnight sale</i> untuk menyambut pergantian tahun baru					
12.	Indomaret Cikaret mengadakan <i>sale</i> besar-besaran untuk menyambut tahun baru					
13.	Setiap bulan Desember Indomaret Cikaret sulit memberikan penawaran spesial untuk menyambut tahun baru					
14.	Indomaret Cikaret memberikan <i>voucher</i> belanja dalam menyambut tahun baru					
15.	Indomaret Cikaret memberikan potongan untuk parcel dalam menyambut hari raya Idul Fitri					
16.	Indomaret Cikaret memberikan <i>sale</i> besar-besaran dalam menyambut hari raya Idul Fitri					
17.	Indomaret Cikaret sulit memberikan potongan untuk parcel dalam menyambut hari raya Idul fitri					
18.	Indomaret Cikaret memberikan penawaran spesial untuk produk terigu pada <i>event</i> hari raya Idul Fitri					
19.	Indomaret Cikaret enggan memberikan penawaran spesial untuk produk terigu pada <i>event</i> hari raya Idul Fitri					

20.	Indomaret Cikaret memberikan <i>voucher</i> belanja dalam menyambut hari raya Idul Fitri					
21.	Indomaret Cikaret memberikan penawaran spesial parcel dalam menyambut hari raya Natal					
22.	Indomaret Cikaret memberikan potongan dalam menyambut hari raya Natal					
23.	Setiap tanggal 25 Desember Indomaret Cikaret memberikan <i>sale</i> besar-besaran untuk menyambut Natal					
24.	Indomaret Cikaret sulit memberikan penawaran spesial parcel dalam menyambut hari raya Natal					
25.	Indomaret Cikaret memberikan <i>Voucher</i> belanja dalam menyambut Natal					

SKOR UJI COBA INSTRUMEN

VARIABEL X₁ (DISKON)

No. Resp.	Butir Pernyataan																									X _i	X _i ²	
	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	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	101	10201	
2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	5	4	101	10201	
3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	2	4	4	4	5	5	4	104	10816
4	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	4	2	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	68	4624	
5	5	5	1	4	5	4	1	5	5	5	3	4	5	5	5	4	1	2	1	5	5	4	4	1	5	94	8836	
6	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	3	4	4	2	4	4	4	4	97	9409	
7	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	2	2	5	4	5	3	5	3	2	3	4	5	5	1	4	97	9409	
8	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	2	86	7396	
9	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	116	13456	
10	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	4	2	3	4	2	4	88	7744	
11	2	1	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	94	8836	
12	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	100	10000	
13	3	4	5	5	5	4	3	4	5	4	1	4	5	5	3	4	5	3	5	5	2	5	5	5	5	104	10816	
14	1	2	4	1	2	3	4	4	4	2	4	2	2	4	4	2	2	1	5	5	4	4	2	4	4	74	5476	
15	2	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	5	5	4	4	5	111	12321		
16	4	1	2	5	4	5	2	4	4	4	3	4	2	4	4	1	2	2	2	4	4	5	5	2	4	83	6889	
17	3	5	4	4	4	5	2	4	5	5	4	5	2	4	4	4	2	2	5	4	3	3	2	5	92	8464		
18	2	3	5	5	5	5	5	4	5	4	1	4	2	1	5	4	1	4	1	1	5	5	1	1	5	84	7056	
19	3	2	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	1	2	4	2	2	2	2	2	2	2	57	3249	
20	5	5	4	5	4	4	4	4	4	2	3	5	4	5	5	5	3	2	5	4	5	5	1	4	102	10404		
21	4	2	3	3	5	4	2	5	5	4	4	5	2	4	5	4	4	4	2	4	5	4	4	1	4	93	8649	
22	2	2	4	1	2	3	4	4	4	2	4	2	2	2	4	3	2	2	1	5	5	5	3	3	3	74	5476	
23	3	5	3	5	5	5	2	5	4	4	4	3	4	1	4	5	5	2	2	4	4	3	3	1	5	89	7921	
24	5	4	3	4	5	5	1	5	4	4	4	4	2	5	4	4	1	3	2	4	4	4	4	1	4	90	8100	
25	4	3	5	2	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	106	11236	
26	4	4	5	4	5	5	5	5	5	2	4	4	5	4	4	5	4	3	5	5	5	4	4	2	4	106	11236	
27	5	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	4	4	3	2	2	4	2	94	8836	
28	2	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	115	13225	
29	5	2	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	116	13456	
30	3	4	5	5	4	5	4	5	5	5	2	4	2	1	5	4	1	4	5	1	5	5	1	1	5	91	8281	
ΣX _i	106	103	124	118	122	123	108	122	124	113	106	118	105	114	131	119	100	101	87	115	118	125	116	86	123	2827	272019	
ΣX _i ²	414	401	546	506	522	523	444	522	540	459	412	492	411	480	583	505	396	367	315	481	500	543	486	314	527			

**PERHITUNGAN ANALISIS BUTIR
VARIABEL X1 (DISKON)**

Beserta contoh perhitungan untuk butir 1

1. Kolom ΣX_i = Jumlah butir ke satu

$$\begin{aligned}\Sigma X_i &= 4 + 4 + 4 + 2 + \dots + 3 \\ &= 106\end{aligned}$$
2. Kolom ΣX_t = Jumlah total butir dari setiap responden

$$\begin{aligned}\Sigma X_t &= 101 + 101 + 104 + 68 + \dots + 91 \\ &= 2827\end{aligned}$$
3. Kolom ΣX_i^2

$$\begin{aligned}\Sigma X_i^2 &= 101^2 + 101^2 + 104^2 + 68^2 + \dots + 91^2 \\ &= 272019\end{aligned}$$
4. Kolom ΣX_i^2

$$\begin{aligned}\Sigma X_i^2 &= 4^2 + 4^2 + 4^2 + 2^2 + \dots + 3^2 \\ &= 414\end{aligned}$$
5. Kolom $\Sigma X_i \cdot X_t$

$$\begin{aligned}\Sigma X_i \cdot X_t &= 291 + 485 + 344 + 580 + \dots + 273 \\ &= 10173\end{aligned}$$
6. Kolom Σx_i^2

$$\begin{aligned}\Sigma x_i^2 &= \Sigma X_i^2 - \frac{(\Sigma X_i)^2}{n} \\ &= 414 - \frac{106^2}{30} \\ &= 39,467\end{aligned}$$
7. Kolom $\Sigma x_i \cdot x_t$

$$\begin{aligned}\Sigma x_i \cdot x_t &= \Sigma X_i \cdot X_t - \frac{(\Sigma X_i)(\Sigma X_t)}{n} \\ &= 10173 - \frac{106 \times 2827}{30} \\ &= 184,27\end{aligned}$$
8. Kolom Σx_t^2

$$\begin{aligned}\Sigma x_t^2 &= \Sigma X_t^2 - \frac{(\Sigma X_t)^2}{n} \\ &= 272019 - \frac{2827^2}{30} \\ &= 5621,37\end{aligned}$$
9. Kolom r_{hitung}

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

$$= \frac{184,267}{\sqrt{39,467 \times 5621,367}} = \mathbf{0,391}$$

DATA PERHITUNGAN VALIDITAS

VARIABEL X₁ (DISKON)

No. Butir	$\sum X_i$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i.X_t$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i.X_t$	$\sum X_t^2$	r _{hitung}	r _{tabel}	Kesimp.
1	106	414	10173	39,47	184,27	5621,4	0,391	0,361	VALID
2	103	401	9962	47,37	255,97	5621,4	0,496	0,361	VALID
3	124	546	11843	33,47	158,07	5621,4	0,364	0,361	VALID
4	118	506	11417	41,87	297,47	5621,4	0,613	0,361	VALID
5	122	522	11755	25,87	258,53	5621,4	0,678	0,361	VALID
6	123	523	11771	18,70	180,30	5621,4	0,556	0,361	VALID
7	108	444	10448	55,20	270,80	5621,4	0,486	0,361	VALID
8	122	522	11704	25,87	207,53	5621,4	0,544	0,361	VALID
9	124	540	11925	27,47	240,07	5621,4	0,611	0,361	VALID
10	113	459	10887	33,37	238,63	5621,4	0,551	0,361	VALID
11	106	412	10195	37,47	206,27	5621,4	0,449	0,361	VALID
12	118	492	11383	27,87	263,47	5621,4	0,666	0,361	VALID
13	105	411	10202	43,50	307,50	5621,4	0,622	0,361	VALID
14	114	480	11114	46,80	371,40	5621,4	0,724	0,361	VALID
15	131	583	12413	10,97	68,43	5621,4	0,276	0,361	DROP
16	119	505	11483	32,97	269,23	5621,4	0,625	0,361	VALID
17	100	396	9772	62,67	348,67	5621,4	0,587	0,361	VALID
18	101	367	9686	26,97	168,43	5621,4	0,433	0,361	VALID
19	87	315	8481	62,70	282,70	5621,4	0,476	0,361	VALID
20	115	481	10952	40,17	115,17	5621,4	0,242	0,361	DROP
21	118	500	11249	35,87	129,47	5621,4	0,288	0,361	DROP
22	125	543	11920	22,17	140,83	5621,4	0,399	0,361	VALID
23	116	486	11155	37,47	223,93	5621,4	0,488	0,361	VALID
24	86	314	8357	67,47	252,93	5621,4	0,411	0,361	VALID
25	123	527	11772	22,70	181,30	5621,4	0,508	0,361	VALID

PERHITUNGAN KEMBALI DATA UJI COBA SETELAH VALIDITAS
VARIABEL X₁ (DISKON)

No. Resp.	Butir Pernyataan																						X _i	X _i ²
	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	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91	8281
2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	4	89	7921
3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	2	4	5	5	4	91	8281
4	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	58	3364
5	5	5	1	4	5	4	1	5	5	5	3	4	5	5	4	1	2	1	4	4	1	5	79	6241
6	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	88	7744
7	5	5	4	5	4	4	4	4	4	2	2	5	4	5	3	5	3	2	5	5	1	4	85	7225
8	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	4	4	2	76	5776
9	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	101	10201
10	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	2	4	4	2	3	4	2	4	78	6084
11	2	1	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	83	6889
12	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	88	7744
13	3	4	5	5	5	4	3	4	5	4	1	4	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	94	8836
14	1	2	4	1	2	3	4	4	4	2	4	2	2	2	4	2	2	1	4	4	2	4	60	3600
15	2	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	4	4	5	99	9801
16	4	1	2	5	4	5	2	4	4	4	3	4	2	4	1	2	2	2	5	5	2	4	71	5041
17	3	5	4	4	4	5	2	4	5	5	4	5	2	4	4	2	2	2	3	3	2	5	79	6241
18	2	3	5	5	5	5	5	4	5	4	1	4	2	1	4	1	4	1	5	1	1	5	73	5329
19	3	2	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	4	2	2	2	2	2	49	2401
20	5	5	4	5	4	4	4	4	4	2	3	5	4	5	5	5	3	2	5	5	1	4	88	7744
21	4	2	3	3	5	4	2	5	5	4	4	5	2	4	4	4	4	2	4	4	1	4	79	6241
22	2	2	4	1	2	3	4	4	4	2	4	2	2	2	3	2	2	1	5	3	3	3	60	3600
23	3	5	3	5	5	5	2	5	4	4	3	4	1	4	5	2	2	2	3	3	1	5	76	5776
24	5	4	3	4	5	5	1	5	4	4	4	4	2	5	4	1	3	2	4	4	1	4	78	6084
25	4	3	5	2	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	92	8464
26	4	4	5	4	5	5	5	5	5	2	4	4	5	4	5	4	3	5	4	4	2	4	92	8464
27	5	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	1	4	4	2	2	4	2	82	6724
28	2	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	102	10404
29	5	2	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	102	10404
30	3	4	5	5	4	5	4	5	5	5	2	4	2	1	4	1	4	5	5	1	1	5	80	6400
ΣX _i	106	103	124	118	122	123	108	122	124	113	106	118	105	114	119	100	101	87	125	116	86	123	2463	207305
ΣX _i ²	414	401	546	506	522	523	444	522	540	459	412	492	411	480	505	396	367	315	543	486	314	527		

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

No.	Varians
1	1,32
2	1,58
3	1,12
4	1,40
5	0,86
6	0,62
7	1,84
8	0,86
9	0,92
10	1,11
11	1,25
12	0,93
13	1,45
14	1,56
15	1,10
16	2,09
17	0,90
18	2,09
19	0,74
20	1,25
21	2,25
22	0,76
$\sum Si^2$	27,98

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

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

$$= \frac{414 - \frac{106^2}{30}}{30} = 1,32$$

2. Menghitung varians total

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

$$= \frac{207305 - \frac{2463^2}{30}}{30} = 169,76$$

3. Menghitung Reliabilitas

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

$$= \frac{22}{22-1} \left(1 - \frac{27,98}{169,76} \right)$$

$$= 0,875$$

Kesimpulan

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

KUESIONER UJI COBA

Karakteristik Responden

Responden yang terhormat,

Saya mahasiswi Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sedang mengadakan penelitian mengenai **Hubungan Antara Diskon dan *Servicescape* (Lingkungan Fisik) Dengan Keputusan Pembelian Indomaret Cikaret Pada Warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong Di Kabupaten Bogor**. Saya mengharapkan bantuan anda untuk mengisi kuesioner yang saya berikan ini dengan sebaik-baiknya. Informasi yang diperoleh nantinya akan diolah dan dipergunakan semata-mata hanya untuk kepentingan akademis.

Saudara/i dimohon untuk mengisi kuesioner ini sesuai petunjuk yang kami berikan.

Berilah tanda () pada kolom pernyataan (yang paling sesuai dengan kondisi Anda), dengan ketentuan:

Sangat tidak setuju	– (STS)	Setuju	– (S)
Tidak setuju	–(TS)	Sangat Setuju	– (SS)
Netral/biasa saja	– (RR)		

DATA RESPONDEN

Isilah pertanyaan berikut ini:

Nama : _____

Nomor Responden : _____(Diisi oleh peneliti)

Variabel *Servicescape* (Lingkungan Fisik) (X₂)

No.	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1.	Suhu Indomaret Cikaret sejuk					
2.	Suhu Indomaret Cikaret panas					
3.	Sirkulasi udara Indomaret Cikaret baik					
4.	Sirkulasi udara Indomaret Cikaret buruk					
5.	Indomaret Cikaret memiliki pencahayaan yang baik					
6.	Indomaret Cikaret memiliki pencahayaan yang buruk					
7.	Lampu di Indomaret Cikaret terang					
8.	Suara bising pelanggan lain di Indomaret					

	Cikaret membuat saya nyaman					
9.	Suara bising pelanggan lain di Indomaret Cikaret mengganggu saya					
10.	Suara bicara karyawan di Indomaret Cikaret tidak mengganggu saya					
11.	Suara bicara karyawan di Indomaret Cikaret mengganggu saya					
12.	Saya menyukai musik yang diputar di Indomaret Cikaret					
13.	Musik yang diputar di Indomaret Cikaret membuat saya senang					
14.	Musik yang diputar di Indomaret Cikaret berirama lambat					
15.	Musik yang diputar di Indomaret Cikaret berirama <i>upbeat</i>					
16.	Musik yang diputar di Indomaret Cikaret tidak <i>update</i>					
17.	Saya menyukai aroma ruang Indomaret Cikaret					
18.	Aroma ruang pada Indomaret Cikaret wangi					
19.	Aroma ruang pada Indomaret Cikaret tidak sedap					
20.	<i>Cash register</i> pada Indomaret Cikaret berfungsi dengan baik					
21.	<i>Cash register</i> pada Indomaret Cikaret rusak					
22.	<i>Generator set (Genset)</i> di Indomaret Cikaret rusak					
23.	Keranjang Indomaret Cikaret tersedia dengan jumlah yang banyak					
24.	<i>Generator set (Genset)</i> di Indomaret Cikaret berfungsi dengan baik					
25.	Tanda <i>no smoking area</i> pada Indomaret Cikaret terlihat jelas					
26.	Tanda <i>no smoking area</i> pada Indomaret Cikaret buram					

SKOR UJI COBA INSTRUMEN

VARIABEL X₂ (SERVICESCAPE)

No. Resp.	Butir Pernyataan																										Xt	Xt ²
	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	26		
1	4	4	4	4	4	2	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	96	9216
2	4	4	5	5	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	108	11664
3	4	2	5	5	3	5	3	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	106	11236
4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	2	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	5	5	90	8100
5	5	2	5	4	5	2	5	5	2	2	4	5	5	1	3	3	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	98	9604
6	2	4	3	4	5	4	5	4	3	3	3	5	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	97	9409
7	5	5	4	4	4	2	5	5	5	2	5	4	5	2	4	2	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	106	11236
8	4	3	2	4	4	2	4	2	4	2	4	4	4	4	2	2	3	4	4	2	4	4	2	4	2	2	80	6400
9	3	5	4	4	5	4	5	4	5	4	12	5	5	3	4	4	4	5	5	5	2	5	5	4	3	5	114	12996
10	2	1	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	2	2	3	2	2	2	4	2	4	4	4	4	2	3	76	5776
11	4	3	4	4	4	4	4	4	1	2	4	2	4	4	4	4	3	4	1	3	2	3	4	3	4	3	83	6889
12	3	4	4	5	4	3	4	4	5	3	4	5	5	3	2	4	5	5	4	4	2	2	4	4	4	5	96	9216
13	5	5	5	2	4	5	5	5	5	2	4	4	5	5	4	2	5	2	4	5	4	4	2	4	2	2	99	9801
14	4	2	4	4	1	2	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	2	2	4	5	5	5	4	92	8464
15	2	2	5	5	5	4	3	4	5	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	109	11881
16	4	3	4	2	4	2	5	3	2	2	4	4	4	2	2	2	4	5	5	4	2	2	4	4	5	4	84	7056
17	4	4	3	4	4	5	5	3	2	2	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	3	96	9216
18	1	2	1	2	1	3	2	1	3	5	3	5	4	1	1	1	1	4	5	4	5	5	4	5	4	4	73	5329
19	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	55	3025
20	4	2	4	4	5	5	5	3	4	3	5	4	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	106	11236
21	4	3	2	4	4	4	5	3	2	2	4	5	4	4	3	3	4	5	4	5	2	4	4	5	4	3	93	8649
22	4	1	4	1	1	4	4	2	1	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	2	1	3	1	3	5	4	78	6084
23	5	4	4	2	2	5	4	3	4	3	2	4	5	5	3	3	5	4	5	4	2	4	4	5	5	3	96	9216
24	4	2	5	3	4	4	4	3	5	2	4	4	4	4	3	1	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	93	8649
25	2	4	3	2	5	2	5	5	4	4	4	5	4	3	3	3	4	3	2	5	5	5	2	4	5	5	93	8649
26	5	2	5	5	5	3	4	5	4	2	2	5	5	2	5	2	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	98	9604
27	2	1	2	3	2	2	1	5	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4	4	3	2	2	2	2	2	2	58	3364
28	5	2	2	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	1	3	3	5	5	2	4	1	4	4	5	4	4	96	9216
29	5	2	5	4	4	5	5	4	2	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	109	11881
30	1	3	2	1	1	4	1	5	3	2	3	5	5	1	1	1	2	5	1	5	5	5	5	4	5	5	76	5776
ΣXi	107	86	110	105	105	106	117	106	105	90	121	125	128	98	100	91	110	127	118	120	102	117	108	128	124	119	2754	258838
ΣXi ²	427	292	444	409	425	414	501	428	419	308	581	543	566	366	368	311	446	559	510	508	398	483	420	562	548	505		

**PERHITUNGAN ANALISIS BUTIR
VARIABEL X2 (SERVICESCAPE)**

Beserta contoh perhitungan untuk butir 1

1. Kolom ΣX_i = Jumlah butir ke satu

$$\begin{aligned}\Sigma X_i &= 4 + 4 + 4 + 4 + \dots + 1 \\ &= 107\end{aligned}$$
2. Kolom ΣX_t = Jumlah total butir dari setiap responden

$$\begin{aligned}\Sigma X_t &= 96 + 108 + 106 + 90 + \dots + 76 \\ &= 2754\end{aligned}$$
3. Kolom ΣX_i^2

$$\begin{aligned}\Sigma X_i^2 &= 96^2 + 108^2 + 106^2 + 90^2 + \dots + 76^2 \\ &= 258838\end{aligned}$$
4. Kolom ΣX_i^2

$$\begin{aligned}\Sigma X_i^2 &= 4^2 + 4^2 + 4^2 + 4^2 + \dots + 1^2 \\ &= 427\end{aligned}$$
5. Kolom $\Sigma X_i \cdot X_t$

$$\begin{aligned}\Sigma X_i \cdot X_t &= 384 + 432 + 424 + 360 + \dots + 76 \\ &= 10085\end{aligned}$$
6. Kolom Σx_i^2

$$\begin{aligned}\Sigma x_i^2 &= \Sigma X_i^2 - \frac{(\Sigma X_i)^2}{n} \\ &= 427 - \frac{107^2}{30} \\ &= 45,367\end{aligned}$$
7. Kolom $\Sigma x_i \cdot x_t$

$$\begin{aligned}\Sigma x_i \cdot x_t &= \Sigma X_i \cdot X_t - \frac{(\Sigma X_i)(\Sigma X_t)}{n} \\ &= 10085 - \frac{107 \times 2754}{30} \\ &= 262,40\end{aligned}$$
8. Kolom Σx_t^2

$$\begin{aligned}\Sigma x_t^2 &= \Sigma X_t^2 - \frac{(\Sigma X_t)^2}{n} \\ &= 258838 - \frac{2754^2}{30} \\ &= 6020,80\end{aligned}$$
9. Kolom r_{hitung}

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

$$\sqrt{\frac{262,400}{45,367 \times 6020,800}} = \mathbf{0,502}$$

**DATA PERHITUNGAN VALIDITAS
VARIABEL X2 (SERVICESCAPE)**

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	427	10085	45,37	262,40	6020,8	0,502	0,361	VALID
2	86	292	8158	45,47	263,20	6020,8	0,503	0,361	VALID
3	110	444	10415	40,67	317,00	6020,8	0,641	0,361	VALID
4	105	409	9920	41,50	281,00	6020,8	0,562	0,361	VALID
5	105	425	9966	57,50	327,00	6020,8	0,556	0,361	VALID
6	106	414	9975	39,47	244,20	6020,8	0,501	0,361	VALID
7	117	501	11046	44,70	305,40	6020,8	0,589	0,361	VALID
8	106	428	10001	53,47	270,20	6020,8	0,476	0,361	VALID
9	105	419	9964	51,50	325,00	6020,8	0,584	0,361	VALID
10	90	308	8411	38,00	149,00	6020,8	0,312	0,361	DROP
11	121	581	11533	92,97	425,20	6020,8	0,568	0,361	VALID
12	125	543	11694	22,17	219,00	6020,8	0,599	0,361	VALID
13	128	566	11995	19,87	244,60	6020,8	0,707	0,361	VALID
14	98	366	9159	45,87	162,60	6020,8	0,309	0,361	DROP
15	100	368	9431	34,67	251,00	6020,8	0,549	0,361	VALID
16	91	311	8515	34,97	161,20	6020,8	0,351	0,361	DROP
17	110	446	10371	42,67	273,00	6020,8	0,539	0,361	VALID
18	127	559	11790	21,37	131,40	6020,8	0,366	0,361	VALID
19	118	510	11053	45,87	220,60	6020,8	0,420	0,361	VALID
20	120	508	11268	28,00	252,00	6020,8	0,614	0,361	VALID
21	102	398	9524	51,20	160,40	6020,8	0,289	0,361	DROP
22	117	483	10958	26,70	217,40	6020,8	0,542	0,361	VALID
23	108	420	10093	31,20	178,60	6020,8	0,412	0,361	VALID
24	128	562	11911	15,87	160,60	6020,8	0,520	0,361	VALID
25	124	548	11602	35,47	218,80	6020,8	0,473	0,361	VALID
26	119	505	11170	32,97	245,80	6020,8	0,552	0,361	VALID

**PERHITUNGAN KEMBALI DATA UJI COBA SETELAH VALIDITAS
VARIABEL X2 (SERVICESCAPE)**

No. Resp.	Butir Pernyataan																						X _i	X _i ²
	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	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5	5	87	7569
2	4	4	5	5	5	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	95	9025
3	4	2	5	5	3	5	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	94	8836
4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	5	5	81	6561
5	5	2	5	4	5	2	5	5	2	4	5	5	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	92	8464
6	2	4	3	4	5	4	5	4	3	3	5	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	87	7569
7	5	5	4	4	2	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5	100	10000
8	4	3	2	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	3	4	4	2	4	2	4	2	2	70	4900
9	3	5	4	4	5	4	5	4	5	12	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	5	106	11236
10	2	1	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	2	2	4	2	4	4	4	4	2	3	68	4624
11	4	3	4	4	4	4	4	1	2	2	4	4	4	3	4	1	3	3	4	3	4	3	72	5184
12	3	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	5	2	5	5	4	4	2	4	4	4	5	89	7921
13	5	5	5	2	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	2	4	5	4	2	4	2	2	88	7744
14	4	2	4	4	1	2	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	2	4	5	5	5	4	83	6889
15	2	2	5	5	5	4	3	4	5	4	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	4	95	9025
16	4	3	4	2	4	2	5	3	2	4	4	4	2	4	5	5	4	2	4	4	5	4	80	6400
17	4	4	3	4	4	5	5	3	2	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	86	7396
18	1	2	1	2	1	3	2	1	3	3	5	4	1	1	4	5	4	5	4	5	4	4	65	4225
19	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	2	2	45	2025
20	4	2	4	4	5	5	5	3	4	5	4	5	4	3	5	5	5	5	3	5	5	5	95	9025
21	4	3	2	4	4	4	5	3	2	4	5	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	3	85	7225
22	4	1	4	1	1	4	4	2	1	4	4	4	4	5	4	5	2	3	1	3	5	4	70	4900
23	5	4	4	2	2	5	4	3	4	2	4	5	3	5	4	5	4	4	4	5	5	3	86	7396
24	4	2	5	3	4	4	4	3	5	4	4	4	3	5	5	4	4	3	4	4	4	5	87	7569
25	2	4	3	2	5	2	5	5	4	4	5	4	3	4	3	2	5	5	2	4	5	5	83	6889
26	5	2	5	5	5	3	4	5	4	2	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	93	8649
27	2	1	2	3	2	2	1	5	2	2	2	3	2	2	4	4	3	2	2	2	2	2	52	2704
28	5	2	2	4	4	4	5	5	5	5	4	5	3	5	5	2	4	4	4	5	4	4	90	8100
29	5	2	5	4	4	5	5	4	2	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	96	9216
30	1	3	2	1	1	4	1	5	3	3	5	5	1	2	5	1	5	5	5	4	5	5	72	5184
ΣX _i	107	86	110	105	105	106	117	106	105	121	125	128	100	110	127	118	120	117	108	128	124	119	2492	212450
ΣX _i ²	427	292	444	409	425	414	501	428	419	581	543	566	368	446	559	510	508	483	420	562	548	505		

**PERHITUNGAN VARIANS BUTIR, VARIANS TOTAL DAN UJI RELIABILITAS
VARIABEL X2 (SERVICESCAPE)**

No.	Varians
1	1,51
2	1,52
3	1,36
4	1,38
5	1,92
6	1,32
7	1,49
8	1,78
9	1,72
10	3,10
11	0,74
12	0,66
13	1,16
14	1,42
15	0,71
16	1,53
17	0,93
18	0,89
19	1,04
20	0,53
21	1,18
22	1,10
$\sum Si^2$	28,98

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

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

$$= \frac{427 - \frac{107^2}{30}}{30} = 1,51$$

2. Menghitung varians total

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

$$= \frac{212450 - \frac{2492^2}{30}}{30} = 181,60$$

3. Menghitung Reliabilitas

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

$$= \frac{22}{21} \left[1 - \frac{28,98}{181,60} \right]$$

$$= 0,840$$

Kesimpulan

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

KUESIONER FINAL

Karakteristik Responden

Responden yang terhormat,

Saya mahasiswi Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sedang mengadakan penelitian mengenai **Hubungan Antara Diskon dan Servicescape (Lingkungan Fisik) Dengan Keputusan Pembelian Indomaret Cikaret Pada Warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong Di Kabupaten Bogor**. Saya mengharapkan bantuan anda untuk mengisi kuesioner yang saya berikan ini dengan sebaik-baiknya. Informasi yang diperoleh nantinya akan diolah dan dipergunakan semata-mata hanya untuk kepentingan akademis.

Saudara/i dimohon untuk mengisi kuesioner ini sesuai petunjuk yang kami berikan.

Berilah tanda () pada kolom pernyataan (yang paling sesuai dengan kondisi Anda), dengan ketentuan:

Sangat tidak setuju – (STS)

Setuju – (S)

Tidak setuju – (TS)

Sangat Setuju – (SS)

Netral/biasa saja – (RR)

DATA RESPONDEN

Isilah pertanyaan berikut ini:

Nama : _____

Nomor Responden : _____ (Diisi oleh peneliti)

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No.	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya membeli produk yang ada di Indomaret Cikaret atas keinginan saya sendiri					
2.	Indomaret Cikaret memberikan saya kemudahan untuk mendapatkan produk yang saya butuhkan					
3.	Indomaret Cikaret menyulitkan saya dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari					
4.	Saya membeli produk yang ada di Indomaret Cikaret atas rekomendasi					

	teman saya					
5.	Saya membeli produk yang ada di Indomaret Cikaret atas rekomendasi orang asing					
6.	Menurut teman saya produk di Indomaret Cikaret sedikit					
7.	Menurut teman saya produk di Indomaret Cikaret lengkap					
8.	Melihat produk yang teman saya beli membuat saya tertarik berbelanja di Indomaret Cikaret					
9.	Saya mendapat informasi tentang Indomaret Cikaret dari ibu saya					
10.	Saya mendapat informasi tentang Indomaret Cikaret dari kakak saya					
11.	Saya mendapatkan informasi tentang Indomaret Cikaret dari adik saya					
12.	Menurut teman saya produk yang ada di Indomaret Cikaret lengkap					
13.	Menurut teman saya produk yang ada di Indomaret Cikaret terbatas					
14.	Saya mengetahui produk yang ada di Indomaret Cikaret dari iklan di media cetak (brosur)					
15.	Saya mengetahui produk yang ada di Indomaret Cikaret dari iklan di televisi					
16.	Saya sulit mengetahui produk yang ada di Indomaret Cikaret dari media cetak (brosur)					
17.	Saya sulit mengetahui produk yang ada di Indomaret Cikaret dari iklan di televisi					
18.	Brosur yang dibagikan membuat saya tertarik berbelanja di Indomaret Cikaret					
19.	Saya lebih memilih membeli produk yang ada di Indomaret Cikaret dibandingkan di <i>Alfamart</i>					
20.	Saya lebih memilih membeli produk di warung tradisional					
21.	Saya suka produk yang dijual di					

	Indomaret Cikaret					
22.	Saya suka produk yang dijual di <i>Alfamart</i>					
23.	Saya merasa senang jika barang kebutuhan sehari-hari saya tersedia di Indomaret Cikaret					
24.	Saya kecewa membeli produk di Indomaret Cikaret					

KUESIONER FINAL

Karakteristik Responden

Responden yang terhormat,

Saya mahasiswi Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sedang mengadakan penelitian mengenai **Hubungan Antara Diskon dan Servicescape (Lingkungan Fisik) Dengan Keputusan Pembelian Indomaret Cikaret Pada Warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong Di Kabupaten Bogor**. Saya mengharapkan bantuan anda untuk mengisi kuesioner yang saya berikan ini dengan sebaik-baiknya. Informasi yang diperoleh nantinya akan diolah dan dipergunakan semata-mata hanya untuk kepentingan akademis.

Saudara/i dimohon untuk mengisi kuesioner ini sesuai petunjuk yang kami berikan.

Berilah tanda () pada kolom pernyataan (yang paling sesuai dengan kondisi Anda), dengan ketentuan:

Sangat tidak setuju – (STS)	Setuju – (S)
Tidak setuju – (TS)	Sangat Setuju – (SS)
Netral/biasa saja – (RR)	

DATA RESPONDEN

Isilah pertanyaan berikut ini:

Nama : _____

Nomor Responden : _____ (Diisi oleh peneliti)

Variabel Diskon (X₁)

No.	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1.	Indomaret Cikaret memberikan penawaran lebih murah jika membeli lebih dari satu produk					
2.	Indomaret Cikaret memberikan penawaran spesial jika membeli produk lebih dari satu					
3.	Indomaret Cikaret memberikan penawaran lebih mahal jika membeli lebih dari satu produk					
4.	Saya antusias melihat penawaran produk yang menarik di Indomaret Cikaret					

5.	Indomaret Cikaret memberikan penawaran lebih murah jika membeli paket produk					
6.	Indomaret Cikaret memberikan bonus satu produk tertentu jika membeli paket produk					
7.	Indomaret Cikaret memberikan penawaran lebih mahal jika membeli paket produk					
8.	Saya mendapat potongan jika membeli paket produk di Indomaret Cikaret					
9.	Indomaret Cikaret mengadakan <i>midnight sale</i> untuk menyambut pergantian tahun					
10.	Setiap bulan Desember Indomaret Cikaret memberikan penawaran spesial untuk menyambut tahun baru					
11.	Indomaret Cikaret sulit mengadakan <i>midnight sale</i> untuk menyambut pergantian tahun baru					
12.	Indomaret Cikaret mengadakan <i>sale</i> besar-besaran untuk menyambut tahun baru					
13.	Setiap bulan Desember Indomaret Cikaret sulit memberikan penawaran spesial untuk menyambut tahun baru					
14.	Indomaret Cikaret memberikan <i>voucher</i> belanja dalam menyambut tahun baru					
15.	Indomaret Cikaret memberikan <i>sale</i> besar-besaran dalam menyambut hari raya Idul Fitri					
16.	Indomaret Cikaret sulit memberikan potongan untuk parcel dalam menyambut hari raya Idul Fitri					
17.	Indomaret Cikaret memberikan penawaran spesial untuk produk terigu pada <i>event</i> hari raya Idul Fitri					
18.	Indomaret Cikaret enggan memberikan penawaran spesial untuk produk terigu pada <i>event</i> hari raya Idul Fitri					
19.	Indomaret Cikaret memberikan potongan dalam menyambut hari raya Natal					
20.	Setiap tanggal 25 Desember Indomaret Cikaret memberikan <i>sale</i> besar-besaran					

	untuk menyambut Natal					
21.	Indomaret Cikaret sulit memberikan penawaran spesial parcel dalam menyambut hari raya Natal					
22.	Indomaret Cikaret memberikan <i>Voucher</i> belanja dalam menyambut Natal					

KUESIONER FINAL

Karakteristik Responden

Responden yang terhormat,

Saya mahasiswi Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sedang mengadakan penelitian mengenai **Hubungan Antara Diskon dan Servicescape (Lingkungan Fisik) Dengan Keputusan Pembelian Indomaret Cikaret Pada Warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong Di Kabupaten Bogor**. Saya mengharapkan bantuan anda untuk mengisi kuesioner yang saya berikan ini dengan sebaik-baiknya. Informasi yang diperoleh nantinya akan diolah dan dipergunakan semata-mata hanya untuk kepentingan akademis.

Saudara/i dimohon untuk mengisi kuesioner ini sesuai petunjuk yang kami berikan.

Berilah tanda () pada kolom pernyataan (yang paling sesuai dengan kondisi Anda), dengan ketentuan:

Sangat tidak setuju	– (STS)	Setuju	– (S)
Tidak setuju	–(TS)	Sangat Setuju	– (SS)
Netral/biasa saja	– (RR)		

DATA RESPONDEN

Isilah pertanyaan berikut ini:

Nama : _____

Nomor Responden : _____ (Diisi oleh peneliti)

Variabel Servicescape (Lingkungan Fisik) (X₂)

No.	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1.	Suhu Indomaret Cikaret sejuk					
2.	Suhu Indomaret Cikaret panas					
3.	Sirkulasi udara Indomaret Cikaret baik					
4.	Sirkulasi udara Indomaret Cikaret buruk					
5.	Indomaret Cikaret memiliki pencahayaan yang baik					
6.	Indomaret Cikaret memiliki pencahayaan yang buruk					
7.	Lampu di Indomaret Cikaret terang					

8.	Suara bising pelanggan lain di Indomaret Cikaret membuat saya nyaman					
9.	Suara bising pelanggan lain di Indomaret Cikaret mengganggu saya					
10.	Suara bicara karyawan di Indomaret Cikaret mengganggu saya					
11.	Saya menyukai musik yang diputar di Indomaret Cikaret					
12.	Musik yang diputar di Indomaret Cikaret membuat saya senang					
13.	Musik yang diputar di Indomaret Cikaret berirama <i>upbeat</i>					
14.	Saya menyukai aroma ruang Indomaret Cikaret					
15.	Aroma ruang pada Indomaret Cikaret wangi					
16.	Aroma ruang pada Indomaret Cikaret tidak sedap					
17.	<i>Cash register</i> pada Indomaret Cikaret berfungsi dengan baik					
18.	<i>Generator set (Genset)</i> di Indomaret Cikaret rusak					
19.	Keranjang Indomaret Cikaret tersedia dengan jumlah yang banyak					
20.	<i>Generator set (Genset)</i> di Indomaret Cikaret berfungsi dengan baik					
21.	Tanda <i>no smoking area</i> pada Indomaret Cikaret terlihat jelas					
22.	Tanda <i>no smoking area</i> pada Indomaret Cikaret buram					

DATA MENTAH VARIABEL Y
KEPUTUSAN PEMBELIAN

No. Resp.	No. Item																								Y _t	Y _t ²
	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	4	1	4	3	4	4	4	2	4	2	4	3	4	3	4	2	3	4	2	5	5	83	6889
2	5	4	5	4	4	4	2	4	4	1	4	4	5	4	4	2	2	4	3	4	4	3	4	4	88	7744
3	5	5	4	5	4	4	5	4	5	2	2	5	5	5	3	4	3	4	3	4	4	2	4	4	95	9025
4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	2	4	4	5	4	4	1	4	4	3	4	4	4	4	97	9409
5	5	4	5	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	2	4	1	4	5	2	4	4	91	8281
6	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	2	4	2	4	4	5	5	89	7921
7	4	4	4	4	2	4	4	2	4	3	4	2	4	2	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	89	7921
8	4	5	4	5	3	4	4	5	4	2	2	4	4	4	3	4	3	4	4	2	2	3	4	4	87	7569
9	4	5	5	4	3	4	5	4	5	4	1	3	4	2	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	90	8100
10	5	5	5	5	4	5	3	4	4	3	2	4	4	2	4	4	2	4	3	2	4	1	5	4	88	7744
11	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	1	5	5	1	4	2	4	2	4	2	4	4	85	7225
12	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	2	4	4	4	5	1	5	5	4	5	4	3	5	5	102	10404
13	4	4	4	4	3	4	2	5	4	2	2	1	4	4	2	5	3	4	2	4	5	4	5	2	83	6889
14	4	4	5	4	2	1	4	4	4	3	4	1	3	2	5	4	4	2	4	3	4	5	4	5	85	7225
15	4	4	3	5	3	4	5	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	2	4	4	91	8281
16	4	5	2	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	3	5	5	4	4	3	5	4	4	4	101	10201
17	4	4	4	4	2	4	4	3	4	3	2	4	4	4	2	5	2	4	4	4	5	4	4	4	88	7744
18	4	4	4	4	3	4	4	2	1	2	2	4	2	4	1	4	3	4	4	3	2	4	4	4	77	5929
19	5	4	5	2	4	3	4	5	1	4	3	4	2	2	4	2	2	4	3	4	4	2	4	4	81	6561
20	4	4	4	4	2	1	2	4	4	4	2	2	4	2	2	4	4	2	4	4	4	2	4	4	77	5929
21	4	5	5	4	4	4	5	4	4	2	1	2	2	4	2	4	3	2	4	4	4	4	4	4	85	7225
22	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	2	4	5	4	1	4	4	4	4	88	7744

23	5	5	4	4	5	5	4	4	2	4	5	4	2	4	2	5	3	2	2	4	4	2	4	4	89	7921
24	5	5	4	4	2	4	5	4	2	4	4	4	1	2	4	4	1	4	4	4	2	4	4	4	85	7225
25	4	4	4	5	2	4	5	5	4	5	2	4	5	2	5	5	4	2	3	3	5	2	4	5	93	8649
26	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	1	4	2	4	4	4	1	2	4	4	2	4	4	4	85	7225
27	5	5	4	5	2	3	4	5	4	4	5	4	1	2	4	4	3	3	4	4	2	5	5	4	91	8281
28	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	88	7744
29	5	5	5	4	4	4	2	5	4	2	4	2	2	4	3	4	1	4	4	2	4	4	4	4	86	7396
30	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	1	4	2	2	1	4	2	4	4	3	4	4	4	2	80	6400
31	4	4	4	4	2	5	5	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	90	8100
32	4	4	4	5	2	4	4	3	5	4	4	3	1	5	5	3	4	1	4	3	4	2	4	2	84	7056
33	4	5	4	5	2	4	2	4	2	4	2	2	3	3	4	4	1	4	4	2	4	4	4	4	81	6561
34	5	4	4	5	5	4	2	4	4	4	4	4	1	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	90	8100
35	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	2	2	4	4	5	4	4	5	96	9216
36	4	5	4	4	2	5	4	2	4	4	5	4	4	2	2	4	2	4	3	1	4	1	4	4	82	6724
37	4	4	5	4	2	4	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	93	8649
38	4	5	5	5	3	5	4	4	4	2	4	4	4	2	4	1	4	4	4	4	2	4	4	4	90	8100
39	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	1	4	4	2	4	4	5	4	2	4	4	90	8100
40	4	4	4	4	4	5	4	4	1	2	5	5	4	5	5	4	4	4	2	4	2	4	4	4	92	8464
41	4	4	4	4	4	1	4	2	4	4	4	4	2	5	4	4	2	4	4	2	4	3	4	4	85	7225
42	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	3	1	4	4	3	4	2	4	4	4	92	8464
43	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	2	2	5	2	4	5	5	5	100	10000
44	4	4	4	2	4	5	4	4	1	4	5	5	3	4	2	4	2	4	1	4	2	4	4	5	85	7225
45	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	5	97	9409
46	4	4	4	2	2	4	4	4	5	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	85	7225
47	5	5	5	4	5	5	4	4	3	1	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	90	8100
48	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	2	2	1	4	3	4	2	4	1	4	4	4	2	77	5929
49	4	4	4	4	4	4	5	5	5	2	4	4	2	4	4	2	4	5	2	4	4	3	4	4	91	8281
50	4	4	5	5	2	5	3	4	2	4	2	2	4	4	4	4	1	5	4	2	4	4	4	4	86	7396
51	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	2	1	2	4	1	2	2	4	4	2	2	4	4	5	78	6084
52	5	5	5	5	4	4	4	2	5	3	4	2	4	4	4	4	4	2	1	4	4	2	5	4	90	8100

83	4	5	4	4	2	4	2	4	4	1	4	4	2	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	90	8100
84	4	4	4	4	2	4	1	2	2	4	2	4	4	1	4	5	5	2	2	4	4	2	4	4	78	6084
85	5	4	5	2	2	4	4	5	2	4	4	2	1	4	1	2	4	4	2	4	4	4	4	4	81	6561
86	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	5	4	4	1	4	2	5	2	4	2	4	4	4	85	7225
87	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	2	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	103	10609
88	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	2	3	5	4	4	4	4	95	9025
89	5	4	4	2	4	4	4	5	2	4	2	4	4	5	3	4	2	2	2	4	4	5	4	4	87	7569
90	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	2	5	4	5	4	4	5	5	3	5	4	98	9604
91	4	4	4	4	2	2	4	4	5	4	5	2	4	4	5	4	4	2	2	4	2	2	4	2	83	6889
92	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	2	4	5	5	96	9216
93	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	2	2	5	4	2	5	5	4	3	4	4	4	98	9604
94	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	1	4	2	4	2	4	4	5	4	4	4	4	94	8836
95	4	4	4	4	4	5	4	2	2	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	90	8100
96	4	4	4	5	4	2	2	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	2	4	4	5	4	2	5	93	8649
97	5	4	4	4	5	2	4	4	5	4	4	2	4	1	4	4	4	2	4	4	2	5	4	4	89	7921
98	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	94	8836
99	5	2	5	5	4	4	4	4	2	3	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	90	8100
100	4	5	4	4	4	5	4	4	2	4	2	4	4	4	2	4	5	5	5	4	4	4	4	4	95	9025
101	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	94	8836
102	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	2	2	4	2	4	4	98	9604
103	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	2	4	2	1	4	4	4	5	4	4	1	4	5	91	8281
104	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	2	4	4	5	2	4	4	4	5	5	4	5	102	10404
105	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	3	4	2	2	4	4	4	2	4	4	94	8836
Σ	448	441	438	432	380	414	420	399	373	381	361	376	354	379	362	389	353	368	359	377	396	362	433	435	9430	851880

DATA MENTAH VARIABEL X_1
DISKON

No. Resp.	No. Item																						X_t	X_t^2
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22		
1	4	5	2	4	4	5	2	4	5	2	3	5	2	4	4	5	2	2	2	5	4	5	80	6400
2	4	4	4	4	4	2	4	4	3	1	4	4	2	1	2	4	2	4	1	4	4	4	70	4900
3	4	4	4	2	4	2	1	4	4	2	1	4	2	4	2	4	4	2	2	3	4	4	67	4489
4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	2	4	5	4	4	4	2	4	4	5	4	86	7396
5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	2	1	5	4	5	5	5	5	3	2	5	4	5	90	8100
6	5	5	4	5	5	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	98	9604
7	4	5	5	4	4	4	4	4	2	4	3	4	2	4	4	2	1	4	4	3	4	4	79	6241
8	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	1	4	4	4	3	2	1	86	7396
9	4	5	4	5	4	5	5	3	5	2	3	4	5	4	1	4	4	4	2	4	4	4	85	7225
10	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	87	7569
11	5	5	1	4	2	4	1	5	5	4	3	4	4	5	5	4	1	2	1	5	5	4	79	6241
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	3	4	2	2	2	4	4	3	76	5776
13	4	5	2	4	4	5	2	4	4	5	3	5	4	2	4	5	5	2	2	4	3	3	81	6561
14	4	4	4	1	2	3	4	4	5	2	4	2	2	4	4	2	4	1	5	4	4	5	74	5476
15	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	1	5	4	4	4	5	5	5	4	4	90	8100
16	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	2	3	2	4	2	1	3	4	1	4	4	77	5929
17	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	88	7744
18	4	4	4	4	4	2	4	2	1	4	3	2	2	2	2	4	2	2	2	4	4	4	66	4356
19	4	4	2	4	4	4	2	2	4	4	3	4	2	2	4	4	2	2	1	4	4	4	70	4900

20	4	4	2	5	4	4	2	4	2	2	2	4	2	3	4	4	2	2	2	4	4	4	70	4900
21	4	4	4	4	4	4	1	4	2	1	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	77	5929
22	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	2	2	1	4	2	4	3	4	4	4	4	4	75	5625
23	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	1	4	4	5	3	2	3	2	4	79	6241
24	4	5	4	5	4	4	2	1	2	5	4	4	2	2	1	3	2	1	4	2	4	4	69	4761
25	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	2	2	4	4	2	1	3	3	4	4	1	75	5625
26	4	4	5	5	4	4	3	2	2	4	2	2	4	2	4	4	4	4	4	3	2	4	76	5776
27	4	4	4	4	4	3	2	1	3	1	4	2	4	2	2	2	4	4	4	2	3	2	65	4225
28	4	4	4	4	4	5	5	4	1	3	2	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	88	7744
29	4	4	5	4	5	4	3	2	2	1	4	4	4	5	4	2	4	4	5	5	4	5	84	7056
30	5	4	4	5	4	4	2	4	2	4	3	2	2	2	1	4	4	4	4	4	4	5	77	5929
31	4	4	4	4	4	3	1	4	2	4	4	2	1	2	4	2	4	3	4	3	2	3	68	4624
32	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	2	4	4	1	2	2	3	4	4	4	4	75	5625
33	4	4	4	4	4	2	4	1	2	4	1	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	77	5929
34	5	4	5	4	5	2	4	1	2	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	78	6084
35	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	5	5	90	8100
36	5	4	4	5	4	3	4	2	4	2	4	4	1	4	4	4	2	4	4	2	4	3	77	5929
37	5	5	5	4	4	4	2	2	2	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	88	7744
38	4	5	4	5	2	5	4	2	4	3	4	4	4	2	5	2	1	2	4	4	4	4	78	6084
39	4	2	2	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	90	8100
40	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	5	96	9216
41	4	4	4	4	4	4	2	4	3	1	4	2	4	2	2	2	2	2	2	4	4	4	68	4624
42	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	90	8100
43	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	5	5	4	91	8281
44	5	5	4	4	4	2	2	4	2	4	4	2	4	4	2	1	4	2	2	2	4	4	71	5041
45	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	87	7569

72	4	4	2	3	4	4	4	4	3	5	4	4	5	2	4	4	2	4	5	4	4	4	83	6889
73	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	4	4	2	4	4	4	4	77	5929
74	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	1	1	4	4	3	4	2	2	4	4	4	4	76	5776
75	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	100	10000
76	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	99	9801
77	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	2	1	4	2	1	4	2	4	4	4	4	4	70	4900
78	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	89	7921
79	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	97	9409
80	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	2	2	4	4	4	83	6889
81	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	5	2	2	4	4	84	7056
82	4	5	5	5	5	4	4	4	4	2	2	4	2	2	4	4	4	4	1	4	4	4	81	6561
83	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	2	4	4	3	1	4	4	4	4	2	4	3	83	6889
84	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	2	2	2	4	4	4	1	4	4	74	5476
85	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	3	4	1	1	2	4	80	6400
86	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	85	7225
87	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	3	84	7056
88	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	95	9025
89	5	5	5	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	5	3	1	4	4	4	4	4	4	82	6724
90	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	2	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	93	8649
91	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4	4	4	5	4	4	84	7056
92	5	5	4	5	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	97	9409
93	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	2	4	4	4	2	4	5	4	5	4	4	82	6724
94	4	5	5	4	4	5	4	4	4	2	2	3	4	2	4	4	2	4	4	4	5	5	84	7056
95	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	90	8100
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	3	3	4	4	4	4	5	4	5	84	7056
97	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	4	2	84	7056

98	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5	5	94	8836
99	5	4	5	4	4	4	4	4	4	1	4	2	2	4	4	4	4	2	4	5	5	3	82	6724
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	83	6889
101	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	1	2	4	2	4	4	4	2	4	4	4	85	7225
102	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	94	8836
103	4	4	5	4	5	4	4	3	4	2	4	2	4	4	5	4	2	2	5	5	4	4	84	7056
104	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	92	8464
105	4	4	4	4	4	2	1	4	2	2	4	5	4	5	4	5	2	4	5	5	4	5	83	6889
Σ	446	451	431	436	430	406	373	395	382	363	355	343	345	368	360	367	364	368	387	410	421	415	8616	713828

**DATA MENTAH VARIABEL X₁ (DISKON)
DAN VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)**

No.	VARIABEL X	VARIABEL Y
1	80	83
2	70	88
3	67	95
4	86	97
5	90	91
6	98	89
7	79	89
8	86	87
9	85	90
10	87	88
11	79	85
12	76	102
13	81	83
14	74	85
15	90	90
16	77	101
17	88	88
18	66	77
19	70	81
20	70	77
21	77	85
22	75	88
23	79	89
24	69	85
25	75	93
26	76	85
27	65	91
28	88	88
29	84	86
30	77	80
31	68	90
32	75	84
33	77	81
34	78	90
35	90	96
36	77	82
37	88	93
38	78	90
39	90	90
40	96	92
41	68	85
42	90	92
43	91	100
44	71	85
45	87	97
46	71	85
47	88	90
48	74	77
49	89	91
50	88	86
51	72	78
52	89	90
53	83	79
54	86	98
55	89	96
56	77	81
57	72	85
58	83	89
59	86	91
60	83	91
61	73	92
62	74	74
63	83	89
64	86	96
65	86	90
66	81	99
67	65	77
68	89	102
69	82	101
70	86	99
71	76	89
72	83	89
73	77	78
74	76	95
75	100	104
76	99	102
77	70	81
78	89	102
79	97	98
80	83	83
81	84	92
82	81	89
83	83	90
84	74	78
85	80	81
86	85	85
87	84	103
88	95	95
89	82	87
90	93	98
91	84	83
92	97	96
93	82	98
94	84	94
95	90	90
96	84	93
97	84	89
98	94	94
99	82	90
100	83	95
101	85	94
102	94	98
103	84	91
104	92	102
105	83	94
JUMLAH	8616	9429

Rekapitulasi Skor Total Instrumen Hasil Penelitian

No. Resp	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	80	83	6400	6889	6640
2	70	88	4900	7744	6160
3	67	95	4489	9025	6365
4	86	97	7396	9409	8342
5	90	91	8100	8281	8190
6	98	89	9604	7921	8722
7	79	89	6241	7921	7031
8	86	87	7396	7569	7482
9	85	90	7225	8100	7650
10	87	88	7569	7744	7656
11	79	85	6241	7225	6715
12	76	102	5776	10404	7752
13	81	83	6561	6889	6723
14	74	85	5476	7225	6290
15	90	90	8100	8100	8100
16	77	101	5929	10201	7777
17	88	88	7744	7744	7744
18	66	77	4356	5929	5082
19	70	81	4900	6561	5670
20	70	77	4900	5929	5390
21	77	85	5929	7225	6545
22	75	88	5625	7744	6600
23	79	89	6241	7921	7031
24	69	85	4761	7225	5865
25	75	93	5625	8649	6975
26	76	85	5776	7225	6460
27	65	91	4225	8281	5915
28	88	88	7744	7744	7744
29	84	86	7056	7396	7224
30	77	80	5929	6400	6160

31	68	90	4624	8100	6120
32	75	84	5625	7056	6300
33	77	81	5929	6561	6237
34	78	90	6084	8100	7020
35	90	96	8100	9216	8640
36	77	82	5929	6724	6314
37	88	93	7744	8649	8184
38	78	90	6084	8100	7020
39	90	90	8100	8100	8100
40	96	92	9216	8464	8832
41	68	85	4624	7225	5780
42	90	92	8100	8464	8280
43	91	100	8281	10000	9100
44	71	85	5041	7225	6035
45	87	97	7569	9409	8439
46	71	85	5041	7225	6035
47	88	90	7744	8100	7920
48	74	77	5476	5929	5698
49	89	91	7921	8281	8099
50	88	86	7744	7396	7568
51	72	78	5184	6084	5616
52	89	90	7921	8100	8010
53	83	79	6889	6241	6557
54	86	98	7396	9604	8428
55	89	96	7921	9216	8544
56	77	81	5929	6561	6237
57	72	85	5184	7225	6120
58	83	89	6889	7921	7387
59	86	91	7396	8281	7826
60	83	91	6889	8281	7553
61	73	92	5329	8464	6716
62	74	74	5476	5476	5476
63	83	89	6889	7921	7387
64	86	96	7396	9216	8256

65	86	90	7396	8100	7740
66	81	99	6561	9801	8019
67	65	77	4225	5929	5005
68	89	102	7921	10404	9078
69	82	101	6724	10201	8282
70	86	99	7396	9801	8514
71	76	89	5776	7921	6764
72	83	89	6889	7921	7387
73	77	78	5929	6084	6006
74	76	95	5776	9025	7220
75	100	104	10000	10816	10400
76	99	102	9801	10404	10098
77	70	81	4900	6561	5670
78	89	102	7921	10404	9078
79	97	98	9409	9604	9506
80	83	83	6889	6889	6889
81	84	92	7056	8464	7728
82	81	89	6561	7921	7209
83	83	90	6889	8100	7470
84	74	78	5476	6084	5772
85	80	81	6400	6561	6480
86	85	85	7225	7225	7225
87	84	103	7056	10609	8652
88	95	95	9025	9025	9025
89	82	87	6724	7569	7134
90	93	98	8649	9604	9114
91	84	83	7056	6889	6972
92	97	96	9409	9216	9312
93	82	98	6724	9604	8036
94	84	94	7056	8836	7896
95	90	90	8100	8100	8100
96	84	93	7056	8649	7812
97	84	89	7056	7921	7476
98	94	94	8836	8836	8836

99	82	90	6724	8100	7380
100	83	95	6889	9025	7885
101	85	94	7225	8836	7990
102	94	98	8836	9604	9212
103	84	91	7056	8281	7644
104	92	102	8464	10404	9384
105	83	94	6889	8836	7802
JUMLAH	8616	9429	713828	851699	777036

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

1. Rata-rata (X)

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\Sigma X}{n} \\ &= \frac{8616}{105} \\ &= 82,06\end{aligned}$$

1. Rata-rata (Y)

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{\Sigma Y}{n} \\ &= \frac{9429}{105} \\ &= 89,80\end{aligned}$$

2. Varians (X)

$$\begin{aligned}S^2 &= \frac{\Sigma(X-\bar{X})^2}{n-1} \\ &= \frac{6823,66}{104} \\ &= 65,61\end{aligned}$$

2. Varians (Y)

$$\begin{aligned}S^2 &= \frac{\Sigma(Y-\bar{Y})^2}{n-1} \\ &= \frac{4974,80}{104} \\ &= 47,83\end{aligned}$$

3. Simpangan Baku (X)

$$\begin{aligned}S &= \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{65,61} \\ &= 8,10\end{aligned}$$

3. Simpangan Baku (Y)

$$\begin{aligned}S &= \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{47,83} \\ &= 6,92\end{aligned}$$

**TABEL PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIANS DAN SIMPANGAN BAKU,
VARIABEL X_1 DAN Y**

No.	X	Y	X - X	Y - Y	(X - X) ²	(Y - Y) ²
1	80	83	-2,06	-6,80	4,23	46,24
2	70	88	-12,06	-1,80	145,37	3,24
3	67	95	-15,06	5,20	226,72	27,04
4	86	97	3,94	7,20	15,55	51,84
5	90	91	7,94	1,20	63,09	1,44
6	98	89	15,94	-0,80	254,17	0,64
7	79	89	-3,06	-0,80	9,35	0,64
8	86	87	3,94	-2,80	15,55	7,84
9	85	90	2,94	0,20	8,66	0,04
10	87	88	4,94	-1,80	24,43	3,24
11	79	85	-3,06	-4,80	9,35	23,04
12	76	102	-6,06	12,20	36,69	148,84
13	81	83	-1,06	-6,80	1,12	46,24
14	74	85	-8,06	-4,80	64,92	23,04
15	90	90	7,94	0,20	63,09	0,04
16	77	101	-5,06	11,20	25,57	125,44
17	88	88	5,94	-1,80	35,32	3,24
18	66	77	-16,06	-12,80	257,83	163,84
19	70	81	-12,06	-8,80	145,37	77,44
20	70	77	-12,06	-12,80	145,37	163,84
21	77	85	-5,06	-4,80	25,57	23,04
22	75	88	-7,06	-1,80	49,80	3,24
23	79	89	-3,06	-0,80	9,35	0,64
24	69	85	-13,06	-4,80	170,49	23,04
25	75	93	-7,06	3,20	49,80	10,24
26	76	85	-6,06	-4,80	36,69	23,04
27	65	91	-17,06	1,20	290,95	1,44
28	88	88	5,94	-1,80	35,32	3,24
29	84	86	1,94	-3,80	3,77	14,44
30	77	80	-5,06	-9,80	25,57	96,04
31	68	90	-14,06	0,20	197,60	0,04
32	75	84	-7,06	-5,80	49,80	33,64
33	77	81	-5,06	-8,80	25,57	77,44
34	78	90	-4,06	0,20	16,46	0,04
35	90	96	7,94	6,20	63,09	38,44

36	77	82	-5,06	-7,80	25,57	60,84
37	88	93	5,94	3,20	35,32	10,24
38	78	90	-4,06	0,20	16,46	0,04
39	90	90	7,94	0,20	63,09	0,04
40	96	92	13,94	2,20	194,40	4,84
41	68	85	-14,06	-4,80	197,60	23,04
42	90	92	7,94	2,20	63,09	4,84
43	91	100	8,94	10,20	79,97	104,04
44	71	85	-11,06	-4,80	122,26	23,04
45	87	97	4,94	7,20	24,43	51,84
46	71	85	-11,06	-4,80	122,26	23,04
47	88	90	5,94	0,20	35,32	0,04
48	74	77	-8,06	-12,80	64,92	163,84
49	89	91	6,94	1,20	48,20	1,44
50	88	86	5,94	-3,80	35,32	14,44
51	72	78	-10,06	-11,80	101,15	139,24
52	89	90	6,94	0,20	48,20	0,04
53	83	79	0,94	-10,80	0,89	116,64
54	86	98	3,94	8,20	15,55	67,24
55	89	96	6,94	6,20	48,20	38,44
56	77	81	-5,06	-8,80	25,57	77,44
57	72	85	-10,06	-4,80	101,15	23,04
58	83	89	0,94	-0,80	0,89	0,64
59	86	91	3,94	1,20	15,55	1,44
60	83	91	0,94	1,20	0,89	1,44
61	73	92	-9,06	2,20	82,03	4,84
62	74	74	-8,06	-15,80	64,92	249,64
63	83	89	0,94	-0,80	0,89	0,64
64	86	96	3,94	6,20	15,55	38,44
65	86	90	3,94	0,20	15,55	0,04
66	81	99	-1,06	9,20	1,12	84,64
67	65	77	-17,06	-12,80	290,95	163,84
68	89	102	6,94	12,20	48,20	148,84
69	82	101	-0,06	11,20	0,00	125,44
70	86	99	3,94	9,20	15,55	84,64
71	76	89	-6,06	-0,80	36,69	0,64
72	83	89	0,94	-0,80	0,89	0,64
73	77	78	-5,06	-11,80	25,57	139,24
74	76	95	-6,06	5,20	36,69	27,04

75	100	104	17,94	14,20	321,95	201,64
76	99	102	16,94	12,20	287,06	148,84
77	70	81	-12,06	-8,80	145,37	77,44
78	89	102	6,94	12,20	48,20	148,84
79	97	98	14,94	8,20	223,29	67,24
80	83	83	0,94	-6,80	0,89	46,24
81	84	92	1,94	2,20	3,77	4,84
82	81	89	-1,06	-0,80	1,12	0,64
83	83	90	0,94	0,20	0,89	0,04
84	74	78	-8,06	-11,80	64,92	139,24
85	80	81	-2,06	-8,80	4,23	77,44
86	85	85	2,94	-4,80	8,66	23,04
87	84	103	1,94	13,20	3,77	174,24
88	95	95	12,94	5,20	167,52	27,04
89	82	87	-0,06	-2,80	0,00	7,84
90	93	98	10,94	8,20	119,75	67,24
91	84	83	1,94	-6,80	3,77	46,24
92	97	96	14,94	6,20	223,29	38,44
93	82	98	-0,06	8,20	0,00	67,24
94	84	94	1,94	4,20	3,77	17,64
95	90	90	7,94	0,20	63,09	0,04
96	84	93	1,94	3,20	3,77	10,24
97	84	89	1,94	-0,80	3,77	0,64
98	94	94	11,94	4,20	142,63	17,64
99	82	90	-0,06	0,20	0,00	0,04
100	83	95	0,94	5,20	0,89	27,04
101	85	94	2,94	4,20	8,66	17,64
102	94	98	11,94	8,20	142,63	67,24
103	84	91	1,94	1,20	3,77	1,44
104	92	102	9,94	12,20	98,86	148,84
105	83	94	0,94	4,20	0,89	17,64
Jumlah	8616	9429			6823,66	4974,80

Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram KEPUTUSAN PEMBELIAN

1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 104 - 74 \\ &= 30 \end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

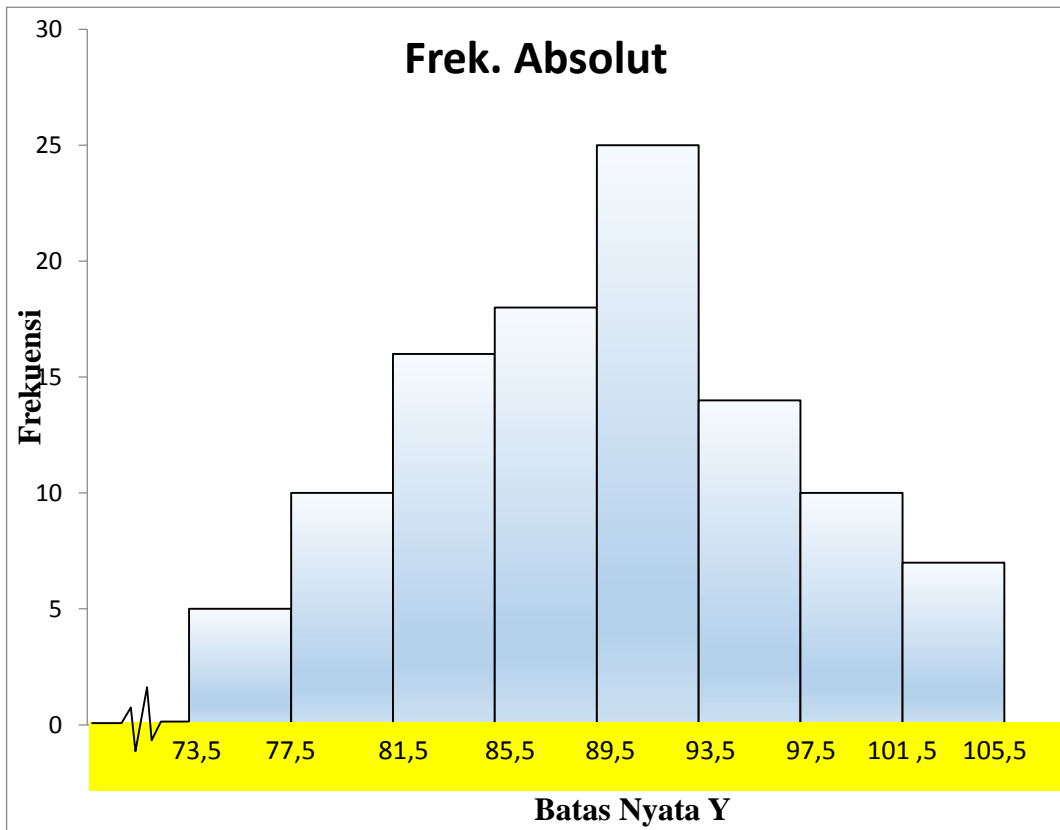
$$\begin{aligned} K &= 1 + (3.3) \text{ Log } n \\ &= 1 + (3.3) \log 105 \\ &= 1 + (3.3) \cdot 2,021189 \\ &= 7,67 \\ &= 7,67 \text{ (ditetapkan menjadi 8)} \end{aligned}$$

3. Panjang Kelas Interval

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{30}{8} = 3,75 \text{ (ditetapkan menjadi 4)} \end{aligned}$$

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
74	-	77	73,5	77,5	5	4,8%
78	-	81	77,5	81,5	10	9,5%
82	-	85	81,5	85,5	16	15,2%
86	-	89	85,5	89,5	18	17,1%
90	-	93	89,5	93,5	25	23,8%
94	-	97	93,5	97,5	14	13,3%
98	-	101	97,5	101,5	10	9,5%
102	-	105	101,5	105,5	7	6,7%
Jumlah					105	100%

GRAFIK HISTOGRAM
VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)



**Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram
DISKON**

1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 100 - 65 \\ &= 35 \end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

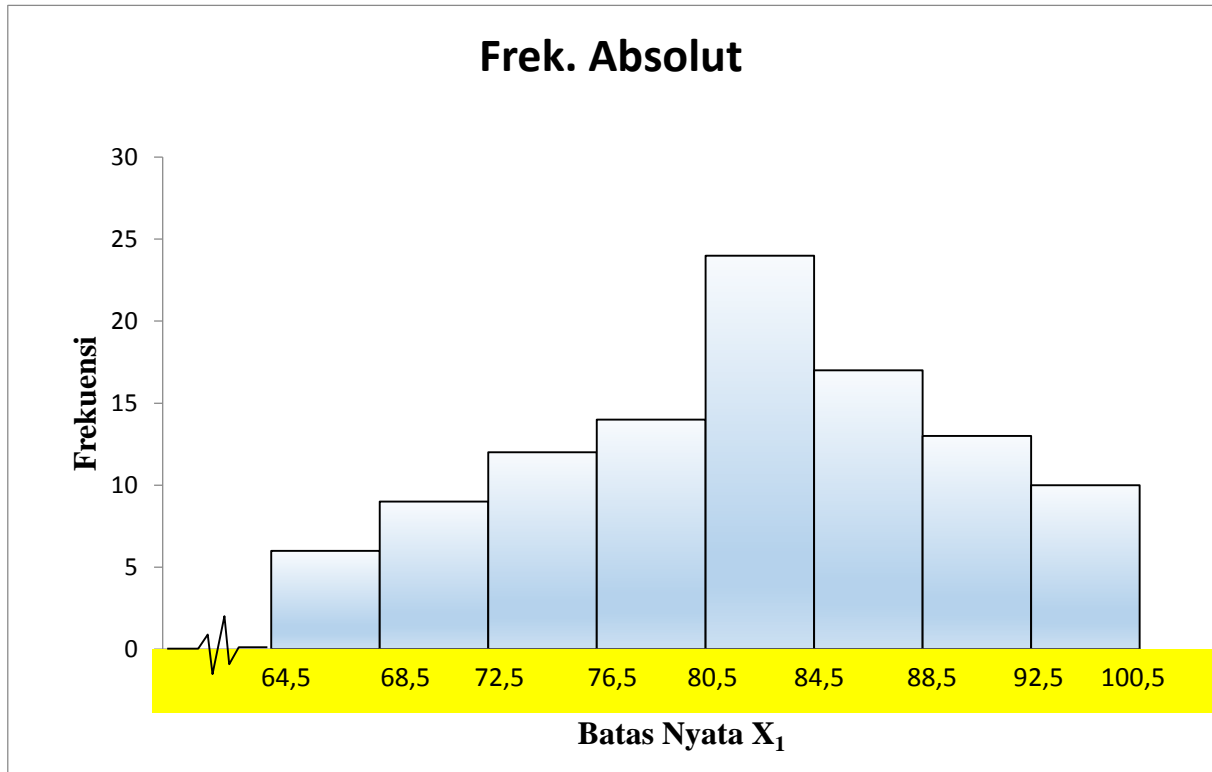
$$\begin{aligned} K &= 1 + (3.3) \text{Log } n \\ &= 1 + (3.3) \log 105 \\ &= 1 + (3.3) \cdot 2,021189 \\ &= 7,67 \\ &= 7,67 \text{ (ditetapkan menjadi 8)} \end{aligned}$$

3. Panjang Kelas Interval (KI)

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{35}{8} = 4,375 \quad \text{(ditetapkan menjadi 4)} \end{aligned}$$

Kelas Interval		Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif	
65	-	68	64,5	68,5	6	5,7%
69	-	72	68,5	72,5	9	8,6%
73	-	76	72,5	76,5	12	11,4%
77	-	80	76,5	80,5	14	13,3%
81	-	84	80,5	84,5	24	22,9%
85	-	88	84,5	88,5	17	16,2%
89	-	92	88,5	92,5	13	12,4%
93	-	100	92,5	100,5	10	9,5%
Jumlah					105	100%

GRAFIK HISTOGRAM
VARIABEL X_1 (DISKON)



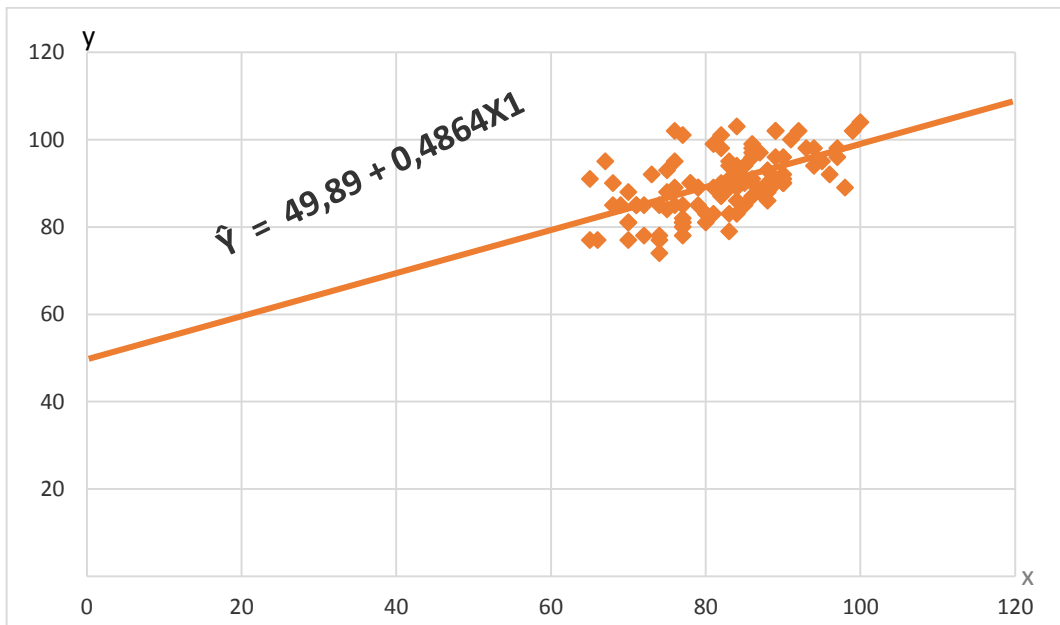
PERHITUNGAN PERSAMAAN REGRESI LINEAR SEDERHANA

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

$n = 105$ $\Sigma XY = 777036$ $\Sigma X = 8616$ $\Sigma Y = 9429$ $\Sigma x^2 = \Sigma X^2 - \frac{(\Sigma X)^2}{n}$ $= 713828 - \frac{74235456}{105}$ $= 6823,66$ $\Sigma y^2 = \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n}$ $= 851699 - \frac{88906041}{105}$ $= 4974,80$ $b = \frac{\Sigma xy}{\Sigma x^2}$ $= \frac{3319,2}{6823,66}$ $= 0,4864$ $= \mathbf{0,4864}$	$\Sigma X^2 = 713828$ $\Sigma Y^2 = 851699$ $\bar{Y} = \frac{\Sigma Y}{n} = \frac{9429}{105} = 89,80$ $\bar{X} = \frac{\Sigma X}{n} = \frac{8616}{105} = 82,06$ $\Sigma xy = \Sigma XY - \frac{(\Sigma X)(\Sigma Y)}{n}$ $= 777036 - \frac{81240264}{105}$ $= 3319,20$ $a = \bar{Y} - b\bar{X}$ $= 89,80 - (0,49 \times 82,06)$ $= \mathbf{49,89}$
--	--

Jadi Persamaan Regresi adalah $\hat{Y} = 49,89 + 0,4864X1$

GRAFIK PERSAMAAN REGRESI



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

n	X	$\hat{Y} = 49,89 + 0,4864X$					\hat{Y}
1	80	49,89	+	0,49	.	80	88,80
2	70	49,89	+	0,49	.	70	83,94
3	67	49,89	+	0,49	.	67	82,48
4	86	49,89	+	0,49	.	86	91,72
5	90	49,89	+	0,49	.	90	93,66
6	98	49,89	+	0,49	.	98	97,56
7	79	49,89	+	0,49	.	79	88,31
8	86	49,89	+	0,49	.	86	91,72
9	85	49,89	+	0,49	.	85	91,23
10	87	49,89	+	0,49	.	87	92,20
11	79	49,89	+	0,49	.	79	88,31
12	76	49,89	+	0,49	.	76	86,85
13	81	49,89	+	0,49	.	81	89,29
14	74	49,89	+	0,49	.	74	85,88
15	90	49,89	+	0,49	.	90	93,66
16	77	49,89	+	0,49	.	77	87,34
17	88	49,89	+	0,49	.	88	92,69
18	66	49,89	+	0,49	.	66	81,99
19	70	49,89	+	0,49	.	70	83,94
20	70	49,89	+	0,49	.	70	83,94
21	77	49,89	+	0,49	.	77	87,34
22	75	49,89	+	0,49	.	75	86,37
23	79	49,89	+	0,49	.	79	88,31
24	69	49,89	+	0,49	.	69	83,45
25	75	49,89	+	0,49	.	75	86,37
26	76	49,89	+	0,49	.	76	86,85
27	65	49,89	+	0,49	.	65	81,50
28	88	49,89	+	0,49	.	88	92,69
29	84	49,89	+	0,49	.	84	90,75
30	77	49,89	+	0,49	.	77	87,34
31	68	49,89	+	0,49	.	68	82,96
32	75	49,89	+	0,49	.	75	86,37
33	77	49,89	+	0,49	.	77	87,34
34	78	49,89	+	0,49	.	78	87,83
35	90	49,89	+	0,49	.	90	93,66
36	77	49,89	+	0,49	.	77	87,34
37	88	49,89	+	0,49	.	88	92,69
38	78	49,89	+	0,49	.	78	87,83

39	90	49,89	+	0,49	.	90	93,66
40	96	49,89	+	0,49	.	96	96,58
41	68	49,89	+	0,49	.	68	82,96
42	90	49,89	+	0,49	.	90	93,66
43	91	49,89	+	0,49	.	91	94,15
44	71	49,89	+	0,49	.	71	84,42
45	87	49,89	+	0,49	.	87	92,20
46	71	49,89	+	0,49	.	71	84,42
47	88	49,89	+	0,49	.	88	92,69
48	74	49,89	+	0,49	.	74	85,88
49	89	49,89	+	0,49	.	89	93,18
50	88	49,89	+	0,49	.	88	92,69
51	72	49,89	+	0,49	.	72	84,91
52	89	49,89	+	0,49	.	89	93,18
53	83	49,89	+	0,49	.	83	90,26
54	86	49,89	+	0,49	.	86	91,72
55	89	49,89	+	0,49	.	89	93,18
56	77	49,89	+	0,49	.	77	87,34
57	72	49,89	+	0,49	.	72	84,91
58	83	49,89	+	0,49	.	83	90,26
59	86	49,89	+	0,49	.	86	91,72
60	83	49,89	+	0,49	.	83	90,26
61	73	49,89	+	0,49	.	73	85,39
62	74	49,89	+	0,49	.	74	85,88
63	83	49,89	+	0,49	.	83	90,26
64	86	49,89	+	0,49	.	86	91,72
65	86	49,89	+	0,49	.	86	91,72
66	81	49,89	+	0,49	.	81	89,29
67	65	49,89	+	0,49	.	65	81,50
68	89	49,89	+	0,49	.	89	93,18
69	82	49,89	+	0,49	.	82	89,77
70	86	49,89	+	0,49	.	86	91,72
71	76	49,89	+	0,49	.	76	86,85
72	83	49,89	+	0,49	.	83	90,26
73	77	49,89	+	0,49	.	77	87,34
74	76	49,89	+	0,49	.	76	86,85
75	100	49,89	+	0,49	.	100	98,53
76	99	49,89	+	0,49	.	99	98,04
77	70	49,89	+	0,49	.	70	83,94
78	89	49,89	+	0,49	.	89	93,18
79	97	49,89	+	0,49	.	97	97,07
80	83	49,89	+	0,49	.	83	90,26

81	84	49,89	+	0,49	.	84	90,75
82	81	49,89	+	0,49	.	81	89,29
83	83	49,89	+	0,49	.	83	90,26
84	74	49,89	+	0,49	.	74	85,88
85	80	49,89	+	0,49	.	80	88,80
86	85	49,89	+	0,49	.	85	91,23
87	84	49,89	+	0,49	.	84	90,75
88	95	49,89	+	0,49	.	95	96,10
89	82	49,89	+	0,49	.	82	89,77
90	93	49,89	+	0,49	.	93	95,12
91	84	49,89	+	0,49	.	84	90,75
92	97	49,89	+	0,49	.	97	97,07
93	82	49,89	+	0,49	.	82	89,77
94	84	49,89	+	0,49	.	84	90,75
95	90	49,89	+	0,49	.	90	93,66
96	84	49,89	+	0,49	.	84	90,75
97	84	49,89	+	0,49	.	84	90,75
98	94	49,89	+	0,49	.	94	95,61
99	82	49,89	+	0,49	.	82	89,77
100	83	49,89	+	0,49	.	83	90,26
101	85	49,89	+	0,49	.	85	91,23
102	94	49,89	+	0,49	.	94	95,61
103	84	49,89	+	0,49	.	84	90,75
104	92	49,89	+	0,49	.	92	94,64
105	83	49,89	+	0,49	.	83	90,26

TABEL PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIANS DAN SIMPANGAN BAKU

$$\text{REGRESI } \hat{Y} = 49,89 + 0,4864X_1$$

No.	X_1	Y	\hat{Y}	$(Y-\hat{Y})$	$\overline{(Y-\hat{Y})}$	$[(Y-\hat{Y})-\overline{(Y-\hat{Y})}]^2$
1	65	91	81,50	9,50	9,50	90,19
2	65	77	81,50	-4,50	-4,50	20,28
3	66	77	81,99	-4,99	-4,99	24,89
4	67	95	82,48	12,52	12,52	156,85
5	68	90	82,96	7,04	7,04	49,53
6	68	85	82,96	2,04	2,04	4,15
7	69	85	83,45	1,55	1,55	2,41
8	70	88	83,94	4,06	4,06	16,52
9	70	81	83,94	-2,94	-2,94	8,61
10	70	77	83,94	-6,94	-6,94	48,10
11	70	81	83,94	-2,94	-2,94	8,61
12	71	85	84,42	0,58	0,58	0,33
13	71	85	84,42	0,58	0,58	0,33
14	72	78	84,91	-6,91	-6,91	47,72
15	72	85	84,91	0,09	0,09	0,01
16	73	92	85,39	6,61	6,61	43,63
17	74	85	85,88	-0,88	-0,88	0,78
18	74	77	85,88	-8,88	-8,88	78,87
19	74	74	85,88	-11,88	-11,88	141,15
20	74	78	85,88	-7,88	-7,88	62,11
21	75	88	86,37	1,63	1,63	2,67
22	75	93	86,37	6,63	6,63	43,99
23	75	84	86,37	-2,37	-2,37	5,60
24	76	102	86,85	15,15	15,15	229,41
25	76	85	86,85	-1,85	-1,85	3,44
26	76	89	86,85	2,15	2,15	4,61
27	76	95	86,85	8,15	8,15	66,36
28	77	101	87,34	13,66	13,66	186,59
29	77	85	87,34	-2,34	-2,34	5,48
30	77	80	87,34	-7,34	-7,34	53,88
31	77	81	87,34	-6,34	-6,34	40,20
32	77	82	87,34	-5,34	-5,34	28,52
33	77	81	87,34	-6,34	-6,34	40,20
34	77	78	87,34	-9,34	-9,34	87,24

35	78	90	87,83	2,17	2,17	4,72
36	78	90	87,83	2,17	2,17	4,72
37	79	89	88,31	0,69	0,69	0,47
38	79	85	88,31	-3,31	-3,31	10,98
39	79	89	88,31	0,69	0,69	0,47
40	80	83	88,80	-5,80	-5,80	33,63
41	80	81	88,80	-7,80	-7,80	60,83
42	81	83	89,29	-6,29	-6,29	39,51
43	81	99	89,29	9,71	9,71	94,37
44	81	89	89,29	-0,29	-0,29	0,08
45	82	101	89,77	11,23	11,23	126,06
46	82	87	89,77	-2,77	-2,77	7,69
47	82	98	89,77	8,23	8,23	67,70
48	82	90	89,77	0,23	0,23	0,05
49	83	79	90,26	-11,26	-11,26	126,76
50	83	89	90,26	-1,26	-1,26	1,58
51	83	91	90,26	0,74	0,74	0,55
52	83	89	90,26	-1,26	-1,26	1,58
53	83	89	90,26	-1,26	-1,26	1,58
54	83	83	90,26	-7,26	-7,26	52,69
55	83	90	90,26	-0,26	-0,26	0,07
56	83	95	90,26	4,74	4,74	22,48
57	83	94	90,26	3,74	3,74	14,00
58	84	86	90,75	-4,75	-4,75	22,52
59	84	92	90,75	1,25	1,25	1,57
60	84	103	90,75	12,25	12,25	150,18
61	84	83	90,75	-7,75	-7,75	59,99
62	84	94	90,75	3,25	3,25	10,59
63	84	93	90,75	2,25	2,25	5,08
64	84	89	90,75	-1,75	-1,75	3,05
65	84	91	90,75	0,25	0,25	0,06
66	85	90	91,23	-1,23	-1,23	1,52
67	85	85	91,23	-6,23	-6,23	38,83
68	85	94	91,23	2,77	2,77	7,66
69	86	97	91,72	5,28	5,28	27,90
70	86	87	91,72	-4,72	-4,72	22,26
71	86	98	91,72	6,28	6,28	39,46
72	86	91	91,72	-0,72	-0,72	0,52
73	86	96	91,72	4,28	4,28	18,34
74	86	90	91,72	-1,72	-1,72	2,95
75	86	99	91,72	7,28	7,28	53,03

76	87	88	92,20	-4,20	-4,20	17,68
77	87	97	92,20	4,80	4,80	23,00
78	88	88	92,69	-4,69	-4,69	22,00
79	88	88	92,69	-4,69	-4,69	22,00
80	88	93	92,69	0,31	0,31	0,10
81	88	90	92,69	-2,69	-2,69	7,24
82	88	86	92,69	-6,69	-6,69	44,77
83	89	91	93,18	-2,18	-2,18	4,74
84	89	90	93,18	-3,18	-3,18	10,09
85	89	96	93,18	2,82	2,82	7,97
86	89	102	93,18	8,82	8,82	77,84
87	89	102	93,18	8,82	8,82	77,84
88	90	91	93,66	-2,66	-2,66	7,09
89	90	90	93,66	-3,66	-3,66	13,42
90	90	96	93,66	2,34	2,34	5,46
91	90	90	93,66	-3,66	-3,66	13,42
92	90	92	93,66	-1,66	-1,66	2,77
93	90	90	93,66	-3,66	-3,66	13,42
94	91	100	94,15	5,85	5,85	34,22
95	92	102	94,64	7,36	7,36	54,22
96	93	98	95,12	2,88	2,88	8,28
97	94	94	95,61	-1,61	-1,61	2,59
98	94	98	95,61	2,39	2,39	5,72
99	95	95	96,10	-1,10	-1,10	1,20
100	96	92	96,58	-4,58	-4,58	21,00
101	97	98	97,07	0,93	0,93	0,87
102	97	96	97,07	-1,07	-1,07	1,14
103	98	89	97,56	-8,56	-8,56	73,19
104	99	102	98,04	3,96	3,96	15,67
105	100	104	98,53	5,47	5,47	29,94
Jumlah	8616	9429		0,00	0,00	3360,26

PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIAN, SIMPANGAN BAKU

REGRESI $\hat{Y} = 49,89 + 0,4864X_1$

$$\begin{aligned}
 1. \text{ Rata-rata} &= \overline{Y - \hat{Y}} = \frac{\Sigma(Y - \hat{Y})}{n} \\
 &= \frac{0,00}{105} \\
 &= 0,000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 2. \text{ Varians} &= S^2 = \frac{\Sigma\{(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}\}^2}{n - 1} \\
 &= \frac{3360,26}{104} \\
 &= 32,31
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 3. \text{ Simpangan Baku} &= S = \sqrt{S^2} \\
 &= \sqrt{32,31} \\
 &= 5,68
 \end{aligned}$$

PERHITUNGAN NORMALITAS GALAT TAKSIRAN Y ATAS X_1

REGRESI $\hat{Y} = 49,89 + 0,4864X_1$

No.	$(Y - \hat{Y})$	$(Y - \hat{Y}) - (Y - \hat{Y})$	Zi	Zt	F(zi)	S(zi)	F(zi) - S(zi)
1	-11,88	-11,88	-2,090	0,4817	0,018	0,0095	0,0088
2	-11,26	-11,26	-1,981	0,4761	0,024	0,0190	0,0049
3	-9,34	-9,34	-1,643	0,4495	0,051	0,0286	0,0219
4	-8,88	-8,88	-1,562	0,4406	0,059	0,0381	0,0213
5	-8,56	-8,56	-1,506	0,4332	0,067	0,0476	0,0192
6	-7,88	-7,88	-1,386	0,4162	0,084	0,0571	0,0267
7	-7,80	-7,80	-1,372	0,4147	0,085	0,0667	0,0186
8	-7,75	-7,75	-1,363	0,4131	0,087	0,0762	0,0107
9	-7,34	-7,34	-1,291	0,4015	0,099	0,0857	0,0128
10	-7,26	-7,26	-1,277	0,3980	0,102	0,0952	0,0068
11	-6,94	-6,94	-1,221	0,3888	0,111	0,1048	0,0064
12	-6,91	-6,91	-1,216	0,3869	0,113	0,1143	0,0012
13	-6,69	-6,69	-1,177	0,3790	0,121	0,1238	0,0028
14	-6,34	-6,34	-1,115	0,3665	0,134	0,1333	0,0002
15	-6,34	-6,34	-1,115	0,3665	0,134	0,1429	0,0094
16	-6,29	-6,29	-1,107	0,3643	0,136	0,1524	0,0167
17	-6,23	-6,23	-1,096	0,3621	0,138	0,1619	0,0240
18	-5,80	-5,80	-1,020	0,3461	0,154	0,1714	0,0175
19	-5,34	-5,34	-0,939	0,3238	0,176	0,1810	0,0048
20	-4,99	-4,99	-0,878	0,3078	0,192	0,1905	0,0017
21	-4,75	-4,75	-0,836	0,2967	0,203	0,2000	0,0033
22	-4,72	-4,72	-0,830	0,2967	0,203	0,2095	0,0062
23	-4,69	-4,69	-0,825	0,2939	0,206	0,2190	0,0129
24	-4,69	-4,69	-0,825	0,2939	0,206	0,2286	0,0225
25	-4,58	-4,58	-0,806	0,2881	0,212	0,2381	0,0262
26	-4,50	-4,50	-0,792	0,2852	0,215	0,2476	0,0328
27	-4,20	-4,20	-0,739	0,2673	0,233	0,2571	0,0244
28	-3,66	-3,66	-0,644	0,2389	0,261	0,2667	0,0056
29	-3,66	-3,66	-0,644	0,2389	0,261	0,2762	0,0151
30	-3,66	-3,66	-0,644	0,2389	0,261	0,2857	0,0246
31	-3,31	-3,31	-0,582	0,2190	0,281	0,2952	0,0142
32	-3,18	-3,18	-0,559	0,2088	0,291	0,3048	0,0136
33	-2,94	-2,94	-0,517	0,1950	0,305	0,3143	0,0093
34	-2,94	-2,94	-0,517	0,1950	0,305	0,3238	0,0188

35	-2,77	-2,77	-0,487	0,1844	0,316	0,3333	0,0177
36	-2,69	-2,69	-0,473	0,1808	0,319	0,3429	0,0237
37	-2,66	-2,66	-0,468	0,1772	0,323	0,3524	0,0296
38	-2,37	-2,37	-0,417	0,1591	0,341	0,3619	0,0210
39	-2,34	-2,34	-0,412	0,1591	0,341	0,3714	0,0305
40	-2,18	-2,18	-0,384	0,1480	0,352	0,3810	0,0290
41	-1,85	-1,85	-0,325	0,1255	0,375	0,3905	0,0160
42	-1,75	-1,75	-0,308	0,1179	0,382	0,4000	0,0179
43	-1,72	-1,72	-0,303	0,1179	0,382	0,4095	0,0274
44	-1,66	-1,66	-0,292	0,1141	0,386	0,4190	0,0331
45	-1,61	-1,61	-0,283	0,1103	0,390	0,4286	0,0389
46	-1,26	-1,26	-0,222	0,0871	0,413	0,4381	0,0252
47	-1,26	-1,26	-0,222	0,0871	0,413	0,4476	0,0347
48	-1,26	-1,26	-0,222	0,0871	0,413	0,4571	0,0442
49	-1,23	-1,23	-0,216	0,0832	0,417	0,4667	0,0499
50	-1,10	-1,10	-0,194	0,0754	0,425	0,4762	0,0516
51	-1,07	-1,07	-0,188	0,0714	0,429	0,4857	0,0571
52	-0,88	-0,88	-0,155	0,0596	0,440	0,4952	0,0548
53	-0,72	-0,72	-0,127	0,0478	0,452	0,5048	0,0526
54	-0,29	-0,29	-0,051	0,0199	0,480	0,5143	0,0342
55	-0,26	-0,26	-0,046	0,0160	0,484	0,5238	0,0398
56	0,09	0,09	0,016	0,0040	0,504	0,5333	0,0293
57	0,23	0,23	0,040	0,0160	0,516	0,5429	0,0269
58	0,25	0,25	0,044	0,0160	0,516	0,5524	0,0364
59	0,31	0,31	0,055	0,0199	0,520	0,5619	0,0420
60	0,58	0,58	0,102	0,0398	0,540	0,5714	0,0316
61	0,58	0,58	0,102	0,0398	0,540	0,5810	0,0412
62	0,69	0,69	0,121	0,0478	0,548	0,5905	0,0427
72	0,69	0,69	0,121	0,0478	0,548	0,6857	0,0452
64	0,74	0,74	0,130	0,0517	0,552	0,6095	0,0578
65	0,93	0,93	0,164	0,0636	0,564	0,6190	0,0554
66	1,25	1,25	0,220	0,0832	0,583	0,6286	0,0454
67	1,55	1,55	0,273	0,1064	0,606	0,6381	0,0317
68	1,63	1,63	0,287	0,1103	0,610	0,6476	0,0373
69	2,04	2,04	0,359	0,1368	0,637	0,6571	0,0203
70	2,15	2,15	0,378	0,1443	0,644	0,6667	0,0224
71	2,17	2,17	0,382	0,1480	0,648	0,6762	0,0282
72	2,17	2,17	0,382	0,1480	0,648	0,6857	0,0377
73	2,25	2,25	0,396	0,1517	0,652	0,6952	0,0435
74	2,34	2,34	0,412	0,1591	0,659	0,7048	0,0457

75	2,39	2,39	0,420	0,1628	0,663	0,7143	0,0515
76	2,77	2,77	0,487	0,1844	0,684	0,7238	0,0394
77	2,82	2,82	0,496	0,1879	0,688	0,7333	0,0454
78	2,88	2,88	0,507	0,1915	0,692	0,7429	0,0514
79	3,25	3,25	0,572	0,2157	0,716	0,7524	0,0367
80	3,74	3,74	0,658	0,2422	0,742	0,7619	0,0197
81	3,96	3,96	0,697	0,2549	0,755	0,7714	0,0165
82	4,06	4,06	0,714	0,2612	0,761	0,7810	0,0198
83	4,28	4,28	0,753	0,2734	0,773	0,7905	0,0171
84	4,74	4,74	0,834	0,2967	0,797	0,8000	0,0033
85	4,80	4,80	0,844	0,2996	0,800	0,8095	0,0099
86	5,28	5,28	0,929	0,3212	0,821	0,8190	0,0022
87	5,47	5,47	0,962	0,3315	0,832	0,8286	0,0029
88	5,85	5,85	1,029	0,3461	0,846	0,8381	0,0080
89	6,28	6,28	1,105	0,3643	0,864	0,8476	0,0167
90	6,61	6,61	1,163	0,3770	0,877	0,8571	0,0199
91	6,63	6,63	1,166	0,3770	0,877	0,8667	0,0103
92	7,04	7,04	1,239	0,3907	0,891	0,8762	0,0145
93	7,28	7,28	1,281	0,3997	0,900	0,8857	0,0140
94	7,36	7,36	1,295	0,4015	0,902	0,8952	0,0063
95	8,15	8,15	1,434	0,4236	0,924	0,9048	0,0188
96	8,23	8,23	1,448	0,4251	0,925	0,9143	0,0108
97	8,82	8,82	1,552	0,4394	0,939	0,9238	0,0156
98	8,82	8,82	1,552	0,4394	0,939	0,9333	0,0061
99	9,50	9,50	1,671	0,4525	0,953	0,9429	0,0096
100	9,71	9,71	1,708	0,4554	0,955	0,9524	0,0030
101	11,23	11,23	1,976	0,4756	0,976	0,9619	0,0137
102	12,25	12,25	2,155	0,4842	0,984	0,9714	0,0128
103	12,52	12,52	2,203	0,4861	0,986	0,9810	0,0051
104	13,66	13,66	2,403	0,4918	0,992	0,9905	0,0013
105	15,15	15,15	2,665	0,4961	0,996	1,0000	0,0039

Dari perhitungan, didapat nilai L_{hitung} terbesar = 0,0578 L_{tabel} untuk $n = 105$

dengan taraf signifikan 0,05 adalah 0,0864. $L_{hitung} < L_{tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan data berdistribusi Normal.

LANGKAH PERHITUNGAN UJI NORMALITAS GALAT TAKSIRAN

REGRESI $\hat{Y} = 49,89 + 0,4864X_1$

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 $i = 1$

$$Z_i = \frac{\{(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}\}}{S} = \frac{-11,88}{5,68} = -2,090$$

4. Kolom Z_t

Nilai Z_t dikonsultasikan pada daftar F, misalnya :

Cari $-2,09$ diperoleh $Z_t = 0,4817$

Untuk $Z_i = -2,090$, maka $F(z_i) = 0,5 - 0,4817 = 0,0183$

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

$$\text{Kolom } S(z_i) = \frac{1}{105} = 0,0095$$

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

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

$$= |0,0183 - 0,0095| = 0,0088$$

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

PERHITUNGAN JK (G)

No.	K	n	X	Y	Y ²	XY	ΣY ²	(ΣY)	(ΣY) ²	$\frac{(\Sigma Y)^2}{nK}$	$\left\{ \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{nK} \right\}$
1	I	2	65	91	8281	5915	14210	168	28224	14.112,00	98,00
2			65	77	5929	5005					
3	II	1	66	77	5929	5082					
4	III	1	67	95	9025	6365					
5	IV	2	68	90	8100	6120	15325	175	30625	15.312,50	12,50
6			68	85	7225	5780					
7	V	1	69	85	7225	5865					
8	VI	4	70	88	7744	6160	26795	327	106929	26.732,25	62,75
9			70	81	6561	5670					
10			70	77	5929	5390					
11			70	81	6561	5670					
12	VII	2	71	85	7225	6035	14450	170	28900	14.450,00	0,00
13			71	85	7225	6035					
14	VIII	2	72	78	6084	5616	13309	163	26569	13.284,50	24,50
15			72	85	7225	6120					
16	XI	1	73	92	8464	6716					
17	X	4	74	85	7225	6290	24714	314	98596	24.649,00	65,00
18			74	77	5929	5698					
19			74	74	5476	5476					
20			74	78	6084	5772					
21	XI	3	75	88	7744	6600	23449	265	70225	23.408,33	40,67
22			75	93	8649	6975					
23			75	84	7056	6300					
24	XII	4	76	102	10404	7752	34575	371	137641	34.410,25	164,75
25			76	85	7225	6460					
26			76	89	7921	6764					
27			76	95	9025	7220					
28	XIII	7	77	101	10201	7777	49756	588	345744	49.392,00	364,00
29			77	85	7225	6545					
30			77	80	6400	6160					
31			77	81	6561	6237					
32			77	82	6724	6314					
33			77	81	6561	6237					
34			77	78	6084	6006					
35	XIV	2	78	90	8100	7020	16200	180	32400	16.200,00	0,00
36			78	90	8100	7020					
37	XV	3	79	89	7921	7031	23067	263	69169	23.056,33	10,67
38			79	85	7225	6715					
39			79	89	7921	7031					
40	XVI	2	80	83	6889	6640	13450	164	26896	13.448,00	2,00

41			80	81	6561	6480					
42	XVII	3	81	83	6889	6723	24611	271	73441	24.480,33	130,67
43			81	99	9801	8019					
44			81	89	7921	7209					
45	XVIII	4	82	101	10201	8282	35474	376	141376	35.344,00	130,00
46			82	87	7569	7134					
47			82	98	9604	8036					
48			82	90	8100	7380					
49	XIX	9	83	79	6241	6557	71135	799	638401	70.933,44	201,56
50			83	89	7921	7387					
51			83	91	8281	7553					
52			83	89	7921	7387					
53			83	89	7921	7387					
54			83	83	6889	6889					
55			83	90	8100	7470					
56			83	95	9025	7885					
57			83	94	8836	7802					
58	XX	8	84	86	7396	7224	67045	731	534361	66.795,13	249,88
59			84	92	8464	7728					
60			84	103	10609	8652					
61			84	83	6889	6972					
62			84	94	8836	7896					
63			84	93	8649	7812					
64			84	89	7921	7476					
65			84	91	8281	7644					
66	XXI	3	85	90	8100	7650	24161	269	72361	24.120,33	40,67
67			85	85	7225	7225					
68			85	94	8836	7990					
69	XXII	7	86	97	9409	8342	61980	658	432964	61.852,00	128,00
70			86	87	7569	7482					
71			86	98	9604	8428					
72			86	91	8281	7826					
73			86	96	9216	8256					
74			86	90	8100	7740					
75			86	99	9801	8514					
76	XXIII	2	87	88	7744	7656	17153	185	34225	17.112,50	40,50
77			87	97	9409	8439					
78	XXIV	5	88	88	7744	7744	39633	445	198025	39.605,00	28,00
79			88	88	7744	7744					
80			88	93	8649	8184					
81			88	90	8100	7920					
82			88	86	7396	7568					
83	XXV	5	89	91	8281	8099	46405	481	231361	46.272,20	132,80
84			89	90	8100	8010					
85			89	96	9216	8544					
86			89	102	10404	9078					
87			89	102	10404	9078					
88	XXVI	6	90	91	8281	8190	50261	549	301401	50.233,50	27,50
89			90	90	8100	8100					
90			90	96	9216	8640					

91			90	90	8100	8100					
92			90	92	8464	8280					
93			90	90	8100	8100					
94	XXVIII	1	91	100	10000	9100					
95	XXVIII	1	92	102	10404	9384					
96	XXIX	1	93	98	9604	9114					
97	XXX	2	94	94	8836	8836	18440	192	36864	18.432,00	8,00
98			94	98	9604	9212					
99	XXXI	1	95	95	9025	9025					
100	XXXII	1	96	92	8464	8832					
101	XXXIII	2	97	98	9604	9506	18820	194	37636	18.818,00	2,00
102			97	96	9216	9312					
103	XXXIV	1	98	89	7921	8722					
104	XXXV	1	99	102	10404	10098					
105	XXXVI	1	100	104	10816	10400					
Σ	36	105	8616	9429	851699	777036					1.964,40

PERHITUNGAN UJI KEBERARTIAN REGRESI

1. Mencari Jumlah Kuadrat Total JK (T)

$$\begin{aligned} JK(T) &= \sum Y^2 \\ &= 851699 \end{aligned}$$

2. Mencari jumlah kuadrat regresi a JK (a)

$$\begin{aligned} JK(a) &= \frac{(\sum Y)^2}{n} \\ &= \frac{9429^2}{105} \\ &= 846724,20 \end{aligned}$$

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

$$\begin{aligned} JK(b/a) &= b \cdot \sum xy \\ &= 0,486 \times 3319,2 \\ &= 1614,54 \end{aligned}$$

4. Mencari jumlah kuadrat residu JK (S)

$$\begin{aligned} JK(S) &= JK(T) - JK(a) - JK(b/a) \\ &= 851699 - 846724,20 - 1614,54 \\ &= 3360,26 \end{aligned}$$

5. Mencari Derajat Kebebasan

$$\begin{aligned} dk_{(T)} &= n = 105 \\ dk_{(a)} &= 1 \\ dk_{(b/a)} &= 1 \\ dk_{(res)} &= n - 2 = 103 \end{aligned}$$

6. Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat

$$\begin{aligned} RJK_{(b/a)} &= \frac{JK_{(b/a)}}{dk_{(b/a)}} = \frac{1614,54}{1} = 1614,54 \\ RJK_{(res)} &= \frac{JK_{(res)}}{dk_{(res)}} = \frac{3360,26}{103} = 32,62 \end{aligned}$$

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

$$F_{hitung} = \frac{RJK_{(b/a)}}{RJK_{(res)}} = \frac{1614,54}{32,62} = 49,49$$

9. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan $F_{hitung} = 49,49$

Berdasarkan taraf signifikan 0,05, pada tabel distribusi F dengan menggunakan dk pembilang 1 dan dk penyebut $n-2 = 105-2 = 103$ dihasilkan F_{tabel} sebesar = 3,91

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)

$$\begin{aligned} \text{JK (G)} &= \sum \left\{ \sum Y_k^2 - \frac{\sum Y_k^2}{n_k} \right\} \\ &= 1964,40 \text{ (Lihat tabel Perhitungan JK } G_{(\text{galat})}) \end{aligned}$$

2. Mencari Jumlah Kuadrat Tuna cocok JK (TC)

$$\begin{aligned} \text{JK (TC)} &= \text{JK (S)} - \text{JK(G)} \\ &= 3360,26 - 1964,40 \\ &= 1395,86 \end{aligned}$$

3. Mencari Derajat Kebebasan

$$\begin{aligned} k &= 36 \\ dk_{(\text{TC})} &= k - 2 = 34 \\ dk_{(\text{G})} &= n - k = 69 \end{aligned}$$

4. Mencari rata-rata jumlah kuadrat

$$\begin{aligned} \text{RJK}_{(\text{TC})} &= \frac{1395,86}{34} = 41,05 \\ \text{RJK}_{(\text{G})} &= \frac{1964,40}{69} = 28,47 \end{aligned}$$

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

$$F_{\text{hitung}} = \frac{\text{RJK}_{(\text{TC})}}{\text{RJK}_{(\text{G})}} = \frac{41,05}{28,47} = 1,44$$

7. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan $F_{\text{hitung}} = 1,44$

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

Menggunakan dk pembilang 34 dan dk penyebut 69 dihasilkan F_{tabel} sebesar = 1,62

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 _{hitung}	F _{tabel}
Total	n	ΣY^2			
Regresi (a)	1	$\frac{(\Sigma Y)^2}{n}$			Fo > Ft Maka regresi Berarti
Regresi (b/a)	1	b . Σxy	$\frac{b \cdot \Sigma xy}{1}$	$\frac{RJK(b/a)^*}{RJK(res)}$	
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}

ns) Persamaan regresi linear karena F_{hitung} < F_{tabel}

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F _{hitung}	F _{tabel}
Total	105	851699			
Regresi (a)	1	846724,20			3,91
Regresi (b/a)	1	1614,54	1614,54	49,49 *)	
Residu	103	3360,26	32,62		
Tuna Cocok	34	1395,86	41,05	1,44 ns)	1,62
Galat Kekeliruan	69	1964,40	28,47		

Keterangan : *) Persamaan regresi berarti karena F_{hitung} (49,49) > F_{tabel} (3,91)

ns) Persamaan regresi linear karena F_{hitung} (1,44) < F_{tabel} (1,62)

PERHITUNGAN KOEFISIEN KORELASI
PRODUCT MOMENT

Mencari Koefisien Korelasi dengan Rumus *Product Moment*

Diketahui :

$$\Sigma x^2 = 6823,66$$

$$\Sigma y^2 = 4974,80$$

$$\Sigma xy = 3319,20$$

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

$$r_{XY} = \frac{3319,20}{\sqrt{6823,66 \cdot 4974,8}}$$

$$r_{XY} = \frac{3319,20}{5826,3479}$$

$$r_{XY} = 0,570$$

KOEFISIEN KORELASI (Uji-t)

Koefisien Korelasi *Product Moment* (Uji-t)

$$\begin{aligned}
 t_h &= \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\
 &= \frac{0,570\sqrt{103}}{\sqrt{1-0,325}} \\
 &= \frac{0,570 \times 10,1489}{\sqrt{0,675}} \\
 &= \frac{5,782}{0,8219} \\
 &= 7,035
 \end{aligned}$$

Kesimpulan :

t_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 dengan dk $(n-2) = (105-2) = 103$ sebesar 1,66

Kriteria pengujian :

H_0 ditolak jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$.

H_0 diterima jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$.

Dari hasil pengujian :

$t_{\text{hitung}} [7,035] > t_{\text{tabel}} (1,66)$, 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 :

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r_{XY}^2 \\ &= 0,570^2 \\ &= 0,3245 \\ &= 32,45\% \end{aligned}$$

Dari hasil tersebut diinterpretasikan bahwa keputusan pembelian ditentukan oleh diskon sebesar 32,45 %.

**SKOR INDIKATOR DOMINAN VARIABEL Y
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

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

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Jumlah Soal	Skor	Persentase
Pengenalan Kebutuhan	Rangsangan Internal	Diri Sendiri	3 Soal	$\frac{448+441+438}{3}$ 442,33	16,19%
	Rangsangan Eksternal	Pengaruh Orang Lain	5 Soal	$\frac{432+380+414+420+399}{5}$ 409	14,97%
Pencarian Informasi	Sumber pribadi	Keluarga	3 Soal	$\frac{373+381+361}{3}$ 371,6666667	13,60%
		Teman	2 Soal	$\frac{376+354}{2}$ 365,0	13%
	Sumber Komersial	Iklan	5 Soal	$\frac{379+362+389+353+368}{5}$ 370,2	14%
Evaluasi Alternatif	Memilih diantara dua atau lebih alternatif produk		2 Soal	$\frac{359+377}{2}$ 368,00	13,47%
Pembelian	Sikap	Membeli produk yang disukai	4 Soal	$\frac{396+362+433+435}{4}$ 406,50	14,88%
Total Skor				2732,70	100%

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

Sub indikator diri sendiri dalam indikator rangsangan internal memiliki pengaruh yang cukup besar dalam proses terjadinya keputusan pembelian

SKOR INDIKATOR DOMINAN VARIABEL X₁

DISKON

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

Indikator	Sub Indikator	Jumlah Soal	Skor	Persentase
Pengurangan Kuantitas (<i>Quantity Discount</i>)	Beli 2 Dapat 1	4 Soal	$\frac{446+451+431+436}{4}$ 441,0	22,34%
	Paket Produk	4 soal	$\frac{430+406+373+395}{4}$ 401,0	20%
Pengurangan Musiman (<i>Seasonal Discount</i>)	Tahun Baru	6 soal	$\frac{382+363+355+343+345+368}{6}$ 359,3333333	18,20%
	Idul Fitri	4 Soal	$\frac{360+367+364+368}{4}$ 365	18,47%
	Natal	4 Soal	$\frac{387+410+421+415}{4}$ 408,25	20,64%
Total Skor			1974,3	100%

Dari hasil perhitungan, ke-sembilan indikator tersebut memiliki kontribusi yang relatif seimbang. Sub indikator beli 2 dapat 1 dalam indikator pengurangan kuantitas (*quantity discount*) memiliki pengaruh yang cukup besar dalam diskon

DATA MENTAH VARIABEL X₂
SERVICESCAPE (LINGKUNGAN FISIK)

No. Resp.	No. Item																						X _t	X _t ²
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22		
1	4	5	2	4	4	5	2	4	5	2	4	5	2	5	4	5	2	2	2	5	4	5	82	6724
2	4	4	4	4	4	2	4	4	3	1	4	4	2	3	4	4	2	5	1	4	4	4	75	5625
3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	93	8649
4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	4	4	2	4	4	5	4	90	8100
5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	2	1	5	4	5	5	5	5	3	2	5	4	5	90	8100
6	5	5	4	5	5	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	98	9604
7	4	5	5	4	4	4	4	4	2	4	3	4	2	4	4	2	1	4	4	3	4	4	79	6241
8	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	1	4	4	4	3	2	1	86	7396
9	4	5	4	5	4	5	5	3	5	2	3	4	5	4	1	4	4	4	2	4	4	4	85	7225
10	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	87	7569
11	5	5	1	4	2	4	1	5	5	4	3	4	4	5	5	4	1	2	1	5	5	4	79	6241
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	3	4	2	2	2	4	4	3	76	5776
13	4	5	2	4	4	5	2	4	4	5	3	5	4	2	4	5	5	2	2	4	3	3	81	6561
14	4	4	4	1	2	3	4	4	5	2	4	2	2	4	4	2	4	1	5	4	4	5	74	5476
15	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	1	5	4	4	4	5	5	5	4	4	90	8100
16	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	2	3	2	4	2	1	3	4	1	4	4	77	5929
17	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	88	7744
18	4	4	4	4	4	2	4	2	1	5	3	2	2	2	2	4	4	2	2	4	4	4	69	4761
19	4	4	2	4	5	4	2	2	4	4	5	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	80	6400

20	4	4	2	5	4	4	2	4	2	4	2	4	2	4	4	4	2	2	2	4	4	4	73	5329
21	4	4	4	4	4	4	1	4	2	1	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	77	5929
22	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	2	4	1	4	2	4	4	4	4	4	4	4	78	6084
23	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	1	4	4	5	3	2	3	2	4	79	6241
24	4	5	4	5	4	4	2	5	4	5	4	4	4	5	1	4	4	5	4	4	4	4	89	7921
25	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	2	2	4	4	2	1	3	3	4	4	1	75	5625
26	4	4	5	5	4	4	3	2	2	4	2	2	4	2	4	4	4	4	4	3	2	4	76	5776
27	4	5	4	4	4	5	2	2	3	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	93	8649
28	4	4	4	4	4	5	5	4	1	3	2	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	88	7744
29	4	4	5	4	5	4	3	2	2	1	4	4	4	5	4	2	4	4	5	5	4	5	84	7056
30	5	4	4	5	4	4	2	4	2	4	3	2	2	2	1	4	4	4	4	4	4	5	77	5929
31	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	91	8281
32	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	79	6241
33	4	4	4	4	4	2	4	1	2	4	1	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	77	5929
34	5	4	5	4	5	2	4	1	2	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	78	6084
35	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	5	5	90	8100
36	5	4	4	5	4	3	4	2	4	2	4	4	1	4	4	4	2	4	4	2	4	3	77	5929
37	5	5	5	4	4	4	2	2	2	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	88	7744
38	4	5	4	5	2	5	4	2	4	3	4	4	4	2	5	2	1	2	4	4	4	4	78	6084
39	4	2	2	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	90	8100
40	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	5	96	9216
41	4	4	4	4	4	4	2	4	3	1	4	2	4	2	4	2	4	2	2	4	4	4	72	5184
42	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	90	8100
43	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	5	5	4	91	8281
44	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	2	4	4	84	7056
45	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	87	7569
46	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	1	1	2	4	2	4	4	2	4	4	1	71	5041

47	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	3	2	2	5	3	4	4	2	4	4	88	7744	
48	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	2	4	4	2	1	2	2	4	4	4	74	5476	
49	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	5	2	4	4	4	4	4	4	89	7921	
50	4	4	4	4	2	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	88	7744
51	4	4	4	2	4	2	1	3	4	4	2	2	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	72	5184
52	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	89	7921
53	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	2	4	4	2	2	2	3	4	4	4	4	4	83	6889
54	4	5	5	4	4	3	4	4	4	2	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86	7396
55	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	95	9025
56	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	1	4	1	4	4	5	5	4	4	4	4	4	77	5929
57	4	4	5	2	3	4	2	4	2	4	1	2	4	3	2	4	2	4	4	5	4	3	72	5184	
58	4	4	4	5	5	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	87	7569
59	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	2	4	4	86	7396	
60	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	2	4	2	4	4	5	4	83	6889	
61	5	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	1	4	2	4	4	4	1	2	4	4	4	73	5329	
62	4	4	4	4	2	3	2	3	4	4	2	2	4	2	2	2	4	4	5	4	4	5	74	5476	
63	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	87	7569	
64	5	5	4	4	5	5	3	5	4	4	4	2	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	86	7396	
65	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	2	2	86	7396	
66	4	4	4	5	5	4	2	4	4	2	2	2	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	81	6561	
67	4	4	4	4	4	4	1	4	1	1	2	4	2	4	5	2	4	2	4	2	4	4	70	4900	
68	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	89	7921	
69	4	4	4	4	4	2	4	2	5	5	2	4	1	4	4	4	4	5	4	4	4	4	82	6724	
70	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	2	2	2	4	4	4	5	5	4	4	86	7396	
71	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	2	1	1	4	4	4	4	4	4	76	5776	
72	4	4	2	3	4	4	4	4	3	5	4	4	5	2	4	4	2	4	5	4	4	4	83	6889	
73	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	2	4	4	4	2	4	4	4	4	77	5929	

74	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	1	1	4	4	3	4	2	2	4	4	4	4	76	5776
75	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	100	10000
76	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	99	9801
77	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	2	3	4	2	2	4	2	4	4	4	4	4	73	5329
78	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	89	7921
79	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	97	9409
80	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	2	2	4	4	4	83	6889
81	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	2	5	5	2	2	4	4	88	7744
82	4	5	5	5	5	4	4	4	4	2	2	4	2	2	4	4	4	4	1	4	4	4	81	6561
83	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	2	4	4	4	4	2	4	3	87	7569
84	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	2	2	2	4	4	4	1	4	4	74	5476
85	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	3	4	1	1	2	4	80	6400
86	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	85	7225
87	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	100	10000
88	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	95	9025
89	5	5	5	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	5	3	1	4	4	4	4	4	4	82	6724
90	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	2	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	93	8649
91	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4	4	4	5	4	4	84	7056
92	5	5	4	5	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	97	9409
93	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	2	4	4	4	2	4	5	4	5	4	4	82	6724
94	4	5	5	4	4	5	4	4	4	2	2	3	4	2	4	4	2	4	4	4	5	5	84	7056
95	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	90	8100
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	3	3	4	4	4	4	5	4	5	84	7056
97	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	4	2	84	7056
98	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5	5	94	8836
99	5	4	5	4	4	4	4	4	4	1	4	2	2	4	4	4	4	2	4	5	5	3	82	6724
100	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	2	4	2	4	4	4	5	4	4	4	87	7569

101	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	1	2	4	2	4	4	4	2	4	4	4	85	7225
102	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	94	8836
103	4	4	5	4	5	4	4	3	4	2	4	2	4	4	5	4	2	2	5	5	4	4	84	7056
104	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	92	8464
105	5	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	5	4	5	4	5	2	4	5	5	4	5	87	7569
Σ	448	454	432	441	431	415	385	400	392	375	368	361	362	384	379	376	378	379	393	416	426	423	8818	746206

**DATA MENTAH VARIABEL X₂ (SERVICESCAPE)
DAN VARIABEL (KEPUTUSAN PEMBELIAN)**

No.	VARIABEL X	VARIABEL Y			
1	82	83	51	72	78
2	75	88	52	89	90
3	93	95	53	83	79
4	90	97	54	86	98
5	90	91	55	95	96
6	98	89	56	77	81
7	79	89	57	72	85
8	86	87	58	87	89
9	85	90	59	86	91
10	87	88	60	83	91
11	79	85	61	73	92
12	76	102	62	74	74
13	81	83	63	87	89
14	74	85	64	86	96
15	90	90	65	86	90
16	77	101	66	81	99
17	88	88	67	70	77
18	69	77	68	89	102
19	80	81	69	82	101
20	73	77	70	86	99
21	77	85	71	76	89
22	78	88	72	83	89
23	79	89	73	77	78
24	89	85	74	76	95
25	75	93	75	100	104
26	76	85	76	99	102
27	93	91	77	73	81
28	88	88	78	89	102
29	84	86	79	97	98
30	77	80	80	83	83
31	91	90	81	88	92
32	79	84	82	81	89
33	77	81	83	87	90
34	78	90	84	74	78
35	90	96	85	80	81
36	77	82	86	85	85
37	88	93	87	100	103
38	78	90	88	95	95
39	90	90	89	82	87
40	96	92	90	93	98
41	72	85	91	84	83
42	90	92	92	97	96
43	91	100	93	82	98
44	84	85	94	84	94
45	87	97	95	90	90
46	71	85	96	84	93
47	88	90	97	84	89
48	74	77	98	94	94
49	89	91	99	82	90
50	88	86	100	87	95
			101	85	94
			102	94	98
			103	84	91
			104	92	102
			105	87	94
			JUMLAH	8818	9429

Rekapitulasi Skor Total Instrumen Hasil Penelitian

No. Resp	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	82	83	6724	6889	6806
2	75	88	5625	7744	6600
3	93	95	8649	9025	8835
4	90	97	8100	9409	8730
5	90	91	8100	8281	8190
6	98	89	9604	7921	8722
7	79	89	6241	7921	7031
8	86	87	7396	7569	7482
9	85	90	7225	8100	7650
10	87	88	7569	7744	7656
11	79	85	6241	7225	6715
12	76	102	5776	10404	7752
13	81	83	6561	6889	6723
14	74	85	5476	7225	6290
15	90	90	8100	8100	8100
16	77	101	5929	10201	7777
17	88	88	7744	7744	7744
18	69	77	4761	5929	5313
19	80	81	6400	6561	6480
20	73	77	5329	5929	5621
21	77	85	5929	7225	6545
22	78	88	6084	7744	6864
23	79	89	6241	7921	7031
24	89	85	7921	7225	7565
25	75	93	5625	8649	6975
26	76	85	5776	7225	6460
27	93	91	8649	8281	8463
28	88	88	7744	7744	7744
29	84	86	7056	7396	7224
30	77	80	5929	6400	6160
31	91	90	8281	8100	8190
32	79	84	6241	7056	6636
33	77	81	5929	6561	6237
34	78	90	6084	8100	7020
35	90	96	8100	9216	8640
36	77	82	5929	6724	6314
37	88	93	7744	8649	8184
38	78	90	6084	8100	7020
39	90	90	8100	8100	8100
40	96	92	9216	8464	8832
41	72	85	5184	7225	6120
42	90	92	8100	8464	8280
43	91	100	8281	10000	9100
44	84	85	7056	7225	7140
45	87	97	7569	9409	8439
46	71	85	5041	7225	6035
47	88	90	7744	8100	7920
48	74	77	5476	5929	5698
49	89	91	7921	8281	8099
50	88	86	7744	7396	7568
51	72	78	5184	6084	5616
52	89	90	7921	8100	8010
53	83	79	6889	6241	6557

54	86	98	7396	9604	8428
55	95	96	9025	9216	9120
56	77	81	5929	6561	6237
57	72	85	5184	7225	6120
58	87	89	7569	7921	7743
59	86	91	7396	8281	7826
60	83	91	6889	8281	7553
61	73	92	5329	8464	6716
62	74	74	5476	5476	5476
63	87	89	7569	7921	7743
64	86	96	7396	9216	8256
65	86	90	7396	8100	7740
66	81	99	6561	9801	8019
67	70	77	4900	5929	5390
68	89	102	7921	10404	9078
69	82	101	6724	10201	8282
70	86	99	7396	9801	8514
71	76	89	5776	7921	6764
72	83	89	6889	7921	7387
73	77	78	5929	6084	6006
74	76	95	5776	9025	7220
75	100	104	10000	10816	10400
76	99	102	9801	10404	10098
77	73	81	5329	6561	5913
78	89	102	7921	10404	9078
79	97	98	9409	9604	9506
80	83	83	6889	6889	6889
81	88	92	7744	8464	8096
82	81	89	6561	7921	7209
83	87	90	7569	8100	7830
84	74	78	5476	6084	5772
85	80	81	6400	6561	6480
86	85	85	7225	7225	7225
87	100	103	10000	10609	10300
88	95	95	9025	9025	9025
89	82	87	6724	7569	7134
90	93	98	8649	9604	9114
91	84	83	7056	6889	6972
92	97	96	9409	9216	9312
93	82	98	6724	9604	8036
94	84	94	7056	8836	7896
95	90	90	8100	8100	8100
96	84	93	7056	8649	7812
97	84	89	7056	7921	7476
98	94	94	8836	8836	8836
99	82	90	6724	8100	7380
100	87	95	7569	9025	8265
101	85	94	7225	8836	7990
102	94	98	8836	9604	9212
103	84	91	7056	8281	7644
104	92	102	8464	10404	9384
105	87	94	7569	8836	8178
JUMLAH	8818	9429	746206	851699	795183

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

1. Rata-rata (X)

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\Sigma X}{n} \\ &= \frac{8818}{105} \\ &= 83,98\end{aligned}$$

2. Varians (X)

$$\begin{aligned}S^2 &= \frac{\Sigma(X-\bar{X})^2}{n-1} \\ &= \frac{5661,96}{104} \\ &= 54,44\end{aligned}$$

3. Simpangan Baku (X)

$$\begin{aligned}S &= \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{54,44} \\ &= 7,38\end{aligned}$$

1. Rata-rata (Y)

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{\Sigma Y}{n} \\ &= \frac{9429}{105} \\ &= 89,80\end{aligned}$$

2. Varians (Y)

$$\begin{aligned}S^2 &= \frac{\Sigma(Y-\bar{Y})^2}{n-1} \\ &= \frac{4974,80}{104} \\ &= 47,83\end{aligned}$$

3. Simpangan Baku (Y)

$$\begin{aligned}S &= \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{47,83} \\ &= 6,92\end{aligned}$$

**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	82	83	-1,98	-6,80	3,92	46,24
2	75	88	-8,98	-1,80	80,66	3,24
3	93	95	9,02	5,20	81,34	27,04
4	90	97	6,02	7,20	36,23	51,84
5	90	91	6,02	1,20	36,23	1,44
6	98	89	14,02	-0,80	196,53	0,64
7	79	89	-4,98	-0,80	24,81	0,64
8	86	87	2,02	-2,80	4,08	7,84
9	85	90	1,02	0,20	1,04	0,04
10	87	88	3,02	-1,80	9,11	3,24
11	79	85	-4,98	-4,80	24,81	23,04
12	76	102	-7,98	12,20	63,70	148,84
13	81	83	-2,98	-6,80	8,89	46,24
14	74	85	-9,98	-4,80	99,62	23,04
15	90	90	6,02	0,20	36,23	0,04
16	77	101	-6,98	11,20	48,73	125,44
17	88	88	4,02	-1,80	16,15	3,24
18	69	77	-14,98	-12,80	224,43	163,84
19	80	81	-3,98	-8,80	15,85	77,44
20	73	77	-10,98	-12,80	120,58	163,84
21	77	85	-6,98	-4,80	48,73	23,04
22	78	88	-5,98	-1,80	35,77	3,24
23	79	89	-4,98	-0,80	24,81	0,64
24	89	85	5,02	-4,80	25,19	23,04
25	75	93	-8,98	3,20	80,66	10,24
26	76	85	-7,98	-4,80	63,70	23,04
27	93	91	9,02	1,20	81,34	1,44
28	88	88	4,02	-1,80	16,15	3,24
29	84	86	0,02	-3,80	0,00	14,44
30	77	80	-6,98	-9,80	48,73	96,04
31	91	90	7,02	0,20	49,27	0,04
32	79	84	-4,98	-5,80	24,81	33,64
33	77	81	-6,98	-8,80	48,73	77,44
34	78	90	-5,98	0,20	35,77	0,04
35	90	96	6,02	6,20	36,23	38,44
36	77	82	-6,98	-7,80	48,73	60,84
37	88	93	4,02	3,20	16,15	10,24
38	78	90	-5,98	0,20	35,77	0,04
39	90	90	6,02	0,20	36,23	0,04
40	96	92	12,02	2,20	144,46	4,84
41	72	85	-11,98	-4,80	143,54	23,04
42	90	92	6,02	2,20	36,23	4,84
43	91	100	7,02	10,20	49,27	104,04
44	84	85	0,02	-4,80	0,00	23,04
45	87	97	3,02	7,20	9,11	51,84
46	71	85	-12,98	-4,80	168,51	23,04
47	88	90	4,02	0,20	16,15	0,04
48	74	77	-9,98	-12,80	99,62	163,84
49	89	91	5,02	1,20	25,19	1,44
50	88	86	4,02	-3,80	16,15	14,44

51	72	78	-11,98	-11,80	143,54	139,24
52	89	90	5,02	0,20	25,19	0,04
53	83	79	-0,98	-10,80	0,96	116,64
54	86	98	2,02	8,20	4,08	67,24
55	95	96	11,02	6,20	121,42	38,44
56	77	81	-6,98	-8,80	48,73	77,44
57	72	85	-11,98	-4,80	143,54	23,04
58	87	89	3,02	-0,80	9,11	0,64
59	86	91	2,02	1,20	4,08	1,44
60	83	91	-0,98	1,20	0,96	1,44
61	73	92	-10,98	2,20	120,58	4,84
62	74	74	-9,98	-15,80	99,62	249,64
63	87	89	3,02	-0,80	9,11	0,64
64	86	96	2,02	6,20	4,08	38,44
65	86	90	2,02	0,20	4,08	0,04
66	81	99	-2,98	9,20	8,89	84,64
67	70	77	-13,98	-12,80	195,47	163,84
68	89	102	5,02	12,20	25,19	148,84
69	82	101	-1,98	11,20	3,92	125,44
70	86	99	2,02	9,20	4,08	84,64
71	76	89	-7,98	-0,80	63,70	0,64
72	83	89	-0,98	-0,80	0,96	0,64
73	77	78	-6,98	-11,80	48,73	139,24
74	76	95	-7,98	5,20	63,70	27,04
75	100	104	16,02	14,20	256,61	201,64
76	99	102	15,02	12,20	225,57	148,84
77	73	81	-10,98	-8,80	120,58	77,44
78	89	102	5,02	12,20	25,19	148,84
79	97	98	13,02	8,20	169,50	67,24
80	83	83	-0,98	-6,80	0,96	46,24
81	88	92	4,02	2,20	16,15	4,84
82	81	89	-2,98	-0,80	8,89	0,64
83	87	90	3,02	0,20	9,11	0,04
84	74	78	-9,98	-11,80	99,62	139,24
85	80	81	-3,98	-8,80	15,85	77,44
86	85	85	1,02	-4,80	1,04	23,04
87	100	103	16,02	13,20	256,61	174,24
88	95	95	11,02	5,20	121,42	27,04
89	82	87	-1,98	-2,80	3,92	7,84
90	93	98	9,02	8,20	81,34	67,24
91	84	83	0,02	-6,80	0,00	46,24
92	97	96	13,02	6,20	169,50	38,44
93	82	98	-1,98	8,20	3,92	67,24
94	84	94	0,02	4,20	0,00	17,64
95	90	90	6,02	0,20	36,23	0,04
96	84	93	0,02	3,20	0,00	10,24
97	84	89	0,02	-0,80	0,00	0,64
98	94	94	10,02	4,20	100,38	17,64
99	82	90	-1,98	0,20	3,92	0,04
100	87	95	3,02	5,20	9,11	27,04
101	85	94	1,02	4,20	1,04	17,64
102	94	98	10,02	8,20	100,38	67,24
103	84	91	0,02	1,20	0,00	1,44
104	92	102	8,02	12,20	64,31	148,84
105	87	94	3,02	4,20	9,11	17,64
Jumlah	8818	9429			5661,96	4974,80

**Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram
SERVICESCAPE**

1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 100 - 69 \\ &= 31 \end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

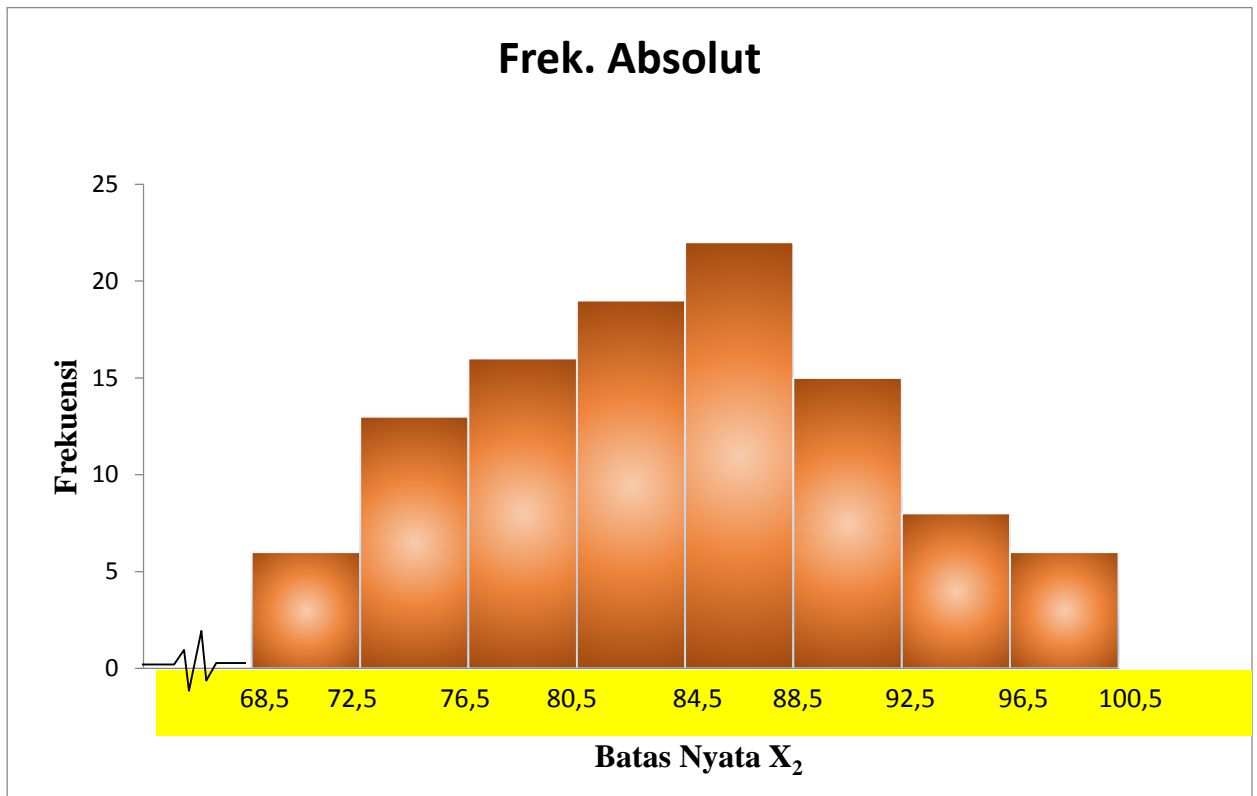
$$\begin{aligned} K &= 1 + (3.3) \text{Log } n \\ &= 1 + (3.3) \log 105 \\ &= 1 + (3.3) \cdot 2,021189 \\ &= 7,67 \\ &= 7,67 \text{ (ditetapkan menjadi 8)} \end{aligned}$$

3. Panjang Kelas Interval (KI)

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{31}{8} = 3,875 \quad (\text{ditetapkan menjadi 4}) \end{aligned}$$

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
69	-	72	68,5	72,5	6	5,7%
73	-	76	72,5	76,5	13	12,4%
77	-	80	76,5	80,5	16	15,2%
81	-	84	80,5	84,5	19	18,1%
85	-	88	84,5	88,5	22	21,0%
89	-	92	88,5	92,5	15	14,3%
93	-	96	92,5	96,5	8	7,6%
97	-	100	96,5	100,5	6	5,7%
Jumlah					105	100%

GRAFIK HISTORGRAM
VARIABEL X_2 (*SERVICESCAPE*)



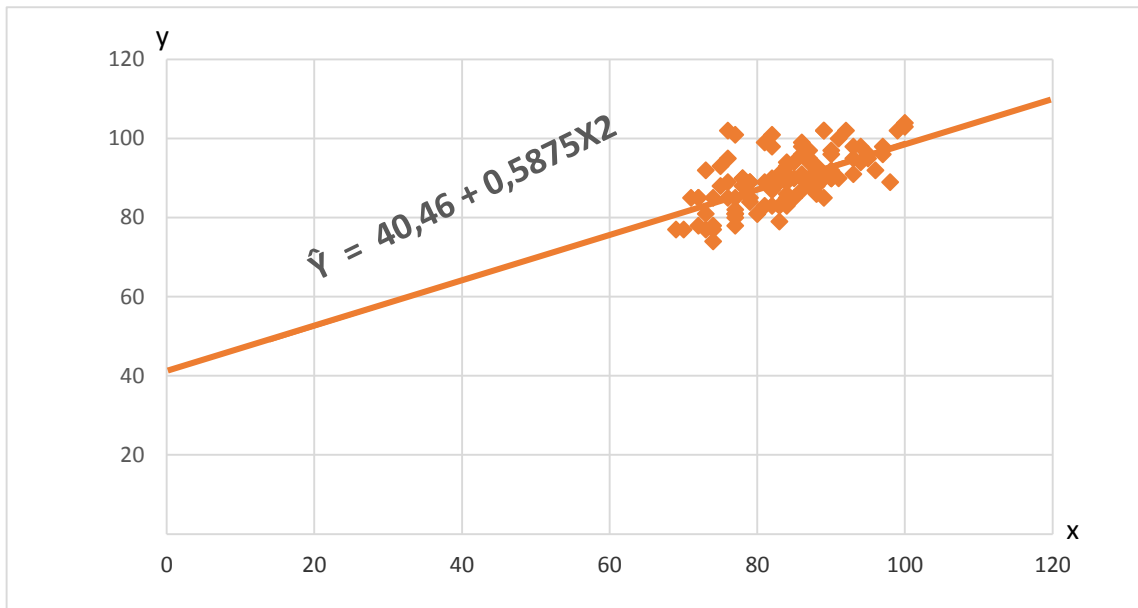
PERHITUNGAN PERSAMAAN REGRESI LINEAR SEDERHANA

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

$n = 105$ $\Sigma XY = 795183$ $\Sigma X = 8818$ $\Sigma Y = 9429$ $\Sigma x^2 = \Sigma X^2 - \frac{(\Sigma X)^2}{n}$ $= 746206 - \frac{77757124}{105}$ $= 5661,96$ $\Sigma y^2 = \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n}$ $= 851699 - \frac{88906041}{105}$ $= 4974,80$ $b = \frac{\Sigma xy}{\Sigma x^2}$ $= \frac{3326,6}{5661,96}$ $= 0,5875$ $= \mathbf{0,5875}$	$\Sigma X^2 = 746206$ $\Sigma Y^2 = 851699$ $\bar{Y} = \frac{\Sigma Y}{n} = \frac{9429}{105} = 89,80$ $\bar{X} = \frac{\Sigma X}{n} = \frac{8818}{105} = 83,98$ $\Sigma xy = \Sigma XY - \frac{(\Sigma X)(\Sigma Y)}{n}$ $= 795183 - \frac{83144922}{105}$ $= 3326,60$ $a = \bar{Y} - b\bar{X}$ $= 89,80 - (0,59 \times 83,98)$ $= \mathbf{40,46}$
---	--

Jadi Persamaan Regresi adalah $\hat{Y} = 40,46 + 0,5875X$

GRAFIK PERSAMAAN REGRESI



TABEL UNTUK MENGHITUNG $\hat{Y} = a + bX_2$

N	X	$\hat{Y} = 40,46 + 0,5875X_2$					\hat{Y}
1	82	40,46	+	0,59	.	82	88,64
2	75	40,46	+	0,59	.	75	84,52
3	93	40,46	+	0,59	.	93	95,10
4	90	40,46	+	0,59	.	90	93,34
5	90	40,46	+	0,59	.	90	93,34
6	98	40,46	+	0,59	.	98	98,04
7	79	40,46	+	0,59	.	79	86,87
8	86	40,46	+	0,59	.	86	90,99
9	85	40,46	+	0,59	.	85	90,40
10	87	40,46	+	0,59	.	87	91,57
11	79	40,46	+	0,59	.	79	86,87
12	76	40,46	+	0,59	.	76	85,11
13	81	40,46	+	0,59	.	81	88,05
14	74	40,46	+	0,59	.	74	83,94
15	90	40,46	+	0,59	.	90	93,34
16	77	40,46	+	0,59	.	77	85,70
17	88	40,46	+	0,59	.	88	92,16
18	69	40,46	+	0,59	.	69	81,00
19	80	40,46	+	0,59	.	80	87,46
20	73	40,46	+	0,59	.	73	83,35
21	77	40,46	+	0,59	.	77	85,70
22	78	40,46	+	0,59	.	78	86,29
23	79	40,46	+	0,59	.	79	86,87
24	89	40,46	+	0,59	.	89	92,75
25	75	40,46	+	0,59	.	75	84,52
26	76	40,46	+	0,59	.	76	85,11
27	93	40,46	+	0,59	.	93	95,10
28	88	40,46	+	0,59	.	88	92,16
29	84	40,46	+	0,59	.	84	89,81
30	77	40,46	+	0,59	.	77	85,70
31	91	40,46	+	0,59	.	91	93,92
32	79	40,46	+	0,59	.	79	86,87
33	77	40,46	+	0,59	.	77	85,70
34	78	40,46	+	0,59	.	78	86,29
35	90	40,46	+	0,59	.	90	93,34
36	77	40,46	+	0,59	.	77	85,70
37	88	40,46	+	0,59	.	88	92,16

38	78	40,46	+	0,59	.	78	86,29
39	90	40,46	+	0,59	.	90	93,34
40	96	40,46	+	0,59	.	96	96,86
41	72	40,46	+	0,59	.	72	82,76
42	90	40,46	+	0,59	.	90	93,34
43	91	40,46	+	0,59	.	91	93,92
44	84	40,46	+	0,59	.	84	89,81
45	87	40,46	+	0,59	.	87	91,57
46	71	40,46	+	0,59	.	71	82,17
47	88	40,46	+	0,59	.	88	92,16
48	74	40,46	+	0,59	.	74	83,94
49	89	40,46	+	0,59	.	89	92,75
50	88	40,46	+	0,59	.	88	92,16
51	72	40,46	+	0,59	.	72	82,76
52	89	40,46	+	0,59	.	89	92,75
53	83	40,46	+	0,59	.	83	89,22
54	86	40,46	+	0,59	.	86	90,99
55	95	40,46	+	0,59	.	95	96,27
56	77	40,46	+	0,59	.	77	85,70
57	72	40,46	+	0,59	.	72	82,76
58	87	40,46	+	0,59	.	87	91,57
59	86	40,46	+	0,59	.	86	90,99
60	83	40,46	+	0,59	.	83	89,22
61	73	40,46	+	0,59	.	73	83,35
62	74	40,46	+	0,59	.	74	83,94
63	87	40,46	+	0,59	.	87	91,57
64	86	40,46	+	0,59	.	86	90,99
65	86	40,46	+	0,59	.	86	90,99
66	81	40,46	+	0,59	.	81	88,05
67	70	40,46	+	0,59	.	70	81,59
68	89	40,46	+	0,59	.	89	92,75
69	82	40,46	+	0,59	.	82	88,64
70	86	40,46	+	0,59	.	86	90,99
71	76	40,46	+	0,59	.	76	85,11
72	83	40,46	+	0,59	.	83	89,22
73	77	40,46	+	0,59	.	77	85,70
74	76	40,46	+	0,59	.	76	85,11
75	100	40,46	+	0,59	.	100	99,21
76	99	40,46	+	0,59	.	99	98,62
77	73	40,46	+	0,59	.	73	83,35
78	89	40,46	+	0,59	.	89	92,75
79	97	40,46	+	0,59	.	97	97,45

80	83	40,46	+	0,59	.	83	89,22
81	88	40,46	+	0,59	.	88	92,16
82	81	40,46	+	0,59	.	81	88,05
83	87	40,46	+	0,59	.	87	91,57
84	74	40,46	+	0,59	.	74	83,94
85	80	40,46	+	0,59	.	80	87,46
86	85	40,46	+	0,59	.	85	90,40
87	100	40,46	+	0,59	.	100	99,21
88	95	40,46	+	0,59	.	95	96,27
89	82	40,46	+	0,59	.	82	88,64
90	93	40,46	+	0,59	.	93	95,10
91	84	40,46	+	0,59	.	84	89,81
92	97	40,46	+	0,59	.	97	97,45
93	82	40,46	+	0,59	.	82	88,64
94	84	40,46	+	0,59	.	84	89,81
95	90	40,46	+	0,59	.	90	93,34
96	84	40,46	+	0,59	.	84	89,81
97	84	40,46	+	0,59	.	84	89,81
98	94	40,46	+	0,59	.	94	95,69
99	82	40,46	+	0,59	.	82	88,64
100	87	40,46	+	0,59	.	87	91,57
101	85	40,46	+	0,59	.	85	90,40
102	94	40,46	+	0,59	.	94	95,69
103	84	40,46	+	0,59	.	84	89,81
104	92	40,46	+	0,59	.	92	94,51
105	87	40,46	+	0,59	.	87	91,57

**TABEL PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIANS DAN SIMPANGAN BAKU
REGRESI $\hat{Y} = 40,46 + 0,5875X_2$**

No.	X_2	Y	\hat{Y}	$(Y - \hat{Y})$	$\overline{(Y - \hat{Y}) - (Y - \hat{Y})}$	$[(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}]^2$
1	69	77	81,00	-4,00	-4,00	15,99
2	70	77	81,59	-4,59	-4,59	21,03
3	71	85	82,17	2,83	2,83	7,99
4	72	85	82,76	2,24	2,24	5,01
5	72	78	82,76	-4,76	-4,76	22,66
6	72	85	82,76	2,24	2,24	5,01
7	73	77	83,35	-6,35	-6,35	40,30
8	73	92	83,35	8,65	8,65	74,85
9	73	81	83,35	-2,35	-2,35	5,51
10	74	85	83,94	1,06	1,06	1,13
11	74	77	83,94	-6,94	-6,94	48,11
12	74	74	83,94	-9,94	-9,94	98,72
13	74	78	83,94	-5,94	-5,94	35,23
14	75	88	84,52	3,48	3,48	12,09
15	75	93	84,52	8,48	8,48	71,85
16	76	102	85,11	16,89	16,89	285,24
17	76	85	85,11	-0,11	-0,11	0,01
18	76	89	85,11	3,89	3,89	15,13
19	76	95	85,11	9,89	9,89	97,79
20	77	101	85,70	15,30	15,30	234,14
21	77	85	85,70	-0,70	-0,70	0,49
22	77	80	85,70	-5,70	-5,70	32,47
23	77	81	85,70	-4,70	-4,70	22,08
24	77	82	85,70	-3,70	-3,70	13,68
25	77	81	85,70	-4,70	-4,70	22,08
26	77	78	85,70	-7,70	-7,70	59,27
27	78	88	86,29	1,71	1,71	2,94
28	78	90	86,29	3,71	3,71	13,79
29	78	90	86,29	3,71	3,71	13,79
30	79	89	86,87	2,13	2,13	4,52
31	79	85	86,87	-1,87	-1,87	3,51
32	79	89	86,87	2,13	2,13	4,52
33	79	84	86,87	-2,87	-2,87	8,26
34	80	81	87,46	-6,46	-6,46	41,75
35	80	81	87,46	-6,46	-6,46	41,75
36	81	83	88,05	-5,05	-5,05	25,49

37	81	99	88,05	10,95	10,95	119,93
38	81	89	88,05	0,95	0,95	0,91
39	82	83	88,64	-5,64	-5,64	31,77
40	82	101	88,64	12,36	12,36	152,87
41	82	87	88,64	-1,64	-1,64	2,68
42	82	98	88,64	9,36	9,36	87,68
43	82	90	88,64	1,36	1,36	1,86
44	83	79	89,22	-10,22	-10,22	104,52
45	83	91	89,22	1,78	1,78	3,16
46	83	89	89,22	-0,22	-0,22	0,05
47	83	83	89,22	-6,22	-6,22	38,73
48	84	86	89,81	-3,81	-3,81	14,53
49	84	85	89,81	-4,81	-4,81	23,15
50	84	83	89,81	-6,81	-6,81	46,39
51	84	94	89,81	4,19	4,19	17,55
52	84	93	89,81	3,19	3,19	10,17
53	84	89	89,81	-0,81	-0,81	0,66
54	84	91	89,81	1,19	1,19	1,41
55	85	90	90,40	-0,40	-0,40	0,16
56	85	85	90,40	-5,40	-5,40	29,15
57	85	94	90,40	3,60	3,60	12,97
58	86	87	90,99	-3,99	-3,99	15,89
59	86	98	90,99	7,01	7,01	49,19
60	86	91	90,99	0,01	0,01	0,00
61	86	96	90,99	5,01	5,01	25,14
62	86	90	90,99	-0,99	-0,99	0,97
63	86	99	90,99	8,01	8,01	64,22
64	87	88	91,57	-3,57	-3,57	12,77
65	87	97	91,57	5,43	5,43	29,44
66	87	89	91,57	-2,57	-2,57	6,62
67	87	89	91,57	-2,57	-2,57	6,62
68	87	90	91,57	-1,57	-1,57	2,48
69	87	95	91,57	3,43	3,43	11,74
70	87	94	91,57	2,43	2,43	5,89
71	88	88	92,16	-4,16	-4,16	17,32
72	88	88	92,16	-4,16	-4,16	17,32
73	88	93	92,16	0,84	0,84	0,70
74	88	90	92,16	-2,16	-2,16	4,67
75	88	86	92,16	-6,16	-6,16	37,96
76	88	92	92,16	-0,16	-0,16	0,03
77	89	85	92,75	-7,75	-7,75	60,04

78	89	91	92,75	-1,75	-1,75	3,06
79	89	90	92,75	-2,75	-2,75	7,56
80	89	102	92,75	9,25	9,25	85,58
81	89	102	92,75	9,25	9,25	85,58
82	90	97	93,34	3,66	3,66	13,42
83	90	91	93,34	-2,34	-2,34	5,46
84	90	90	93,34	-3,34	-3,34	11,13
85	90	96	93,34	2,66	2,66	7,09
86	90	90	93,34	-3,34	-3,34	11,13
87	90	92	93,34	-1,34	-1,34	1,79
88	90	90	93,34	-3,34	-3,34	11,13
89	91	90	93,92	-3,92	-3,92	15,40
90	91	100	93,92	6,08	6,08	36,92
91	92	102	94,51	7,49	7,49	56,08
92	93	95	95,10	-0,10	-0,10	0,01
93	93	91	95,10	-4,10	-4,10	16,80
94	93	98	95,10	2,90	2,90	8,42
95	94	94	95,69	-1,69	-1,69	2,84
96	94	98	95,69	2,31	2,31	5,35
97	95	96	96,27	-0,27	-0,27	0,08
98	95	95	96,27	-1,27	-1,27	1,62
99	96	92	96,86	-4,86	-4,86	23,64
100	97	98	97,45	0,55	0,55	0,30
101	97	96	97,45	-1,45	-1,45	2,10
102	98	89	98,04	-9,04	-9,04	81,66
103	99	102	98,62	3,38	3,38	11,40
104	100	104	99,21	4,79	4,79	22,93
105	100	103	99,21	3,79	3,79	14,35
Jumlah	8818	9429		0,00	0,00	3020,31

PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIAN, SIMPANGAN BAKU

REGRESI $\hat{Y} = 40,46 + 0,5875X_2$

$$\begin{aligned} 1. \text{ Rata-rata} &= \overline{Y - \hat{Y}} = \frac{\Sigma(Y - \hat{Y})}{n} \\ &= \frac{0,00}{105} \\ &= 0,000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 2. \text{ Varians} &= S^2 = \frac{\Sigma\{(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}\}^2}{n - 1} \\ &= \frac{3020,31}{104} \\ &= 29,04 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 3. \text{ Simpangan Baku} &= S = \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{29,04} \\ &= 5,39 \end{aligned}$$

PERHITUNGAN NORMALITAS GALAT TAKSIRAN Y ATAS X₂

REGRESI $\hat{Y} = 40,46 + 0,5875X_2$

No.	(Y - \hat{Y})	(Y - \hat{Y}) - (Y - \hat{Y})	Zi	Zt	F(zi)	S(zi)	F(zi) - S(zi)
1	-10,22	-10,22	-1,896	0,4706	0,029	0,0095	0,0199
2	-9,94	-9,94	-1,844	0,4671	0,033	0,0190	0,0139
3	-9,04	-9,04	-1,677	0,4525	0,048	0,0286	0,0189
4	-7,75	-7,75	-1,438	0,4236	0,076	0,0381	0,0383
5	-7,70	-7,70	-1,429	0,4222	0,078	0,0476	0,0302
6	-6,94	-6,94	-1,288	0,3997	0,100	0,0571	0,0432
7	-6,81	-6,81	-1,264	0,3962	0,104	0,0667	0,0371
8	-6,46	-6,46	-1,199	0,3830	0,117	0,0762	0,0408
9	-6,46	-6,46	-1,199	0,3830	0,117	0,0857	0,0313
10	-6,35	-6,35	-1,178	0,3790	0,121	0,0952	0,0258
11	-6,22	-6,22	-1,154	0,3749	0,125	0,1048	0,0203
12	-6,16	-6,16	-1,143	0,3729	0,127	0,1143	0,0128
13	-5,94	-5,94	-1,102	0,3643	0,136	0,1238	0,0119
14	-5,70	-5,70	-1,058	0,3531	0,147	0,1333	0,0136
15	-5,64	-5,64	-1,047	0,3508	0,149	0,1429	0,0063
16	-5,40	-5,40	-1,002	0,3413	0,159	0,1524	0,0063
17	-5,05	-5,05	-0,937	0,3238	0,176	0,1619	0,0143
18	-4,86	-4,86	-0,902	0,3159	0,184	0,1714	0,0127
19	-4,81	-4,81	-0,893	0,3133	0,187	0,1810	0,0057
20	-4,76	-4,76	-0,883	0,3106	0,189	0,1905	0,0011
21	-4,70	-4,70	-0,872	0,3078	0,192	0,2000	0,0078
22	-4,70	-4,70	-0,872	0,3078	0,192	0,2095	0,0173
23	-4,59	-4,59	-0,852	0,3023	0,198	0,2190	0,0213
24	-4,16	-4,16	-0,772	0,2794	0,221	0,2286	0,0080
25	-4,16	-4,16	-0,772	0,2794	0,221	0,2381	0,0175
26	-4,10	-4,10	-0,761	0,2764	0,224	0,2476	0,0240
27	-4,00	-4,00	-0,742	0,2704	0,230	0,2571	0,0275
28	-3,99	-3,99	-0,740	0,2704	0,230	0,2667	0,0371
29	-3,92	-3,92	-0,727	0,2642	0,236	0,2762	0,0404
30	-3,81	-3,81	-0,707	0,2580	0,242	0,2857	0,0437
31	-3,70	-3,70	-0,687	0,2518	0,248	0,2952	0,0470
32	-3,57	-3,57	-0,662	0,2454	0,255	0,3048	0,0502
33	-3,34	-3,34	-0,620	0,2291	0,271	0,3143	0,0434
34	-3,34	-3,34	-0,620	0,2291	0,271	0,3238	0,0529
35	-3,34	-3,34	-0,620	0,2291	0,271	0,3333	0,0624
36	-2,87	-2,87	-0,533	0,2019	0,298	0,3429	0,0448

37	-2,75	-2,75	-0,510	0,1950	0,305	0,3524	0,0474
38	-2,57	-2,57	-0,477	0,1808	0,319	0,3619	0,0427
39	-2,57	-2,57	-0,477	0,1808	0,319	0,3714	0,0522
40	-2,35	-2,35	-0,436	0,1664	0,334	0,3810	0,0474
41	-2,34	-2,34	-0,434	0,1664	0,334	0,3905	0,0569
42	-2,16	-2,16	-0,401	0,1554	0,345	0,4000	0,0554
43	-1,87	-1,87	-0,347	0,1331	0,367	0,4095	0,0426
44	-1,75	-1,75	-0,325	0,1255	0,375	0,4190	0,0445
45	-1,69	-1,69	-0,314	0,1217	0,378	0,4286	0,0503
46	-1,64	-1,64	-0,304	0,1179	0,382	0,4381	0,0560
47	-1,57	-1,57	-0,291	0,1141	0,386	0,4476	0,0617
48	-1,45	-1,45	-0,269	0,1026	0,397	0,4571	0,0597
49	-1,34	-1,34	-0,249	0,0948	0,405	0,4667	0,0615
50	-1,27	-1,27	-0,236	0,0910	0,409	0,4762	0,0672
51	-0,99	-0,99	-0,184	0,0714	0,429	0,4857	0,0571
52	-0,81	-0,81	-0,150	0,0596	0,440	0,4952	0,0548
53	-0,70	-0,70	-0,130	0,0478	0,452	0,5048	0,0526
54	-0,40	-0,40	-0,074	0,0279	0,472	0,5143	0,0422
55	-0,27	-0,27	-0,050	0,0199	0,480	0,5238	0,0437
56	-0,22	-0,22	-0,041	0,0160	0,484	0,5333	0,0493
57	-0,16	-0,16	-0,030	0,0080	0,492	0,5429	0,0509
58	-0,11	-0,11	-0,020	0,0080	0,492	0,5524	0,0604
59	-0,10	-0,10	-0,019	0,0040	0,496	0,5619	0,0659
60	0,01	0,01	0,002	0,0000	0,500	0,5714	0,0714
61	0,55	0,55	0,102	0,0398	0,540	0,5810	0,0412
62	0,84	0,84	0,156	0,0596	0,560	0,5905	0,0309
72	0,95	0,95	0,176	0,0675	0,568	0,6857	0,0182
64	1,06	1,06	0,197	0,0754	0,575	0,6095	0,0341
65	1,19	1,19	0,221	0,0871	0,587	0,6190	0,0319
66	1,36	1,36	0,252	0,0987	0,599	0,6286	0,0299
67	1,71	1,71	0,317	0,1217	0,622	0,6381	0,0164
68	1,78	1,78	0,330	0,1293	0,629	0,6476	0,0183
69	2,13	2,13	0,395	0,1517	0,652	0,6571	0,0054
70	2,13	2,13	0,395	0,1517	0,652	0,6667	0,0150
71	2,24	2,24	0,416	0,1591	0,659	0,6762	0,0171
72	2,24	2,24	0,416	0,1591	0,659	0,6857	0,0266
73	2,31	2,31	0,429	0,1628	0,663	0,6952	0,0324
74	2,43	2,43	0,451	0,1736	0,674	0,7048	0,0312
75	2,66	2,66	0,494	0,1879	0,688	0,7143	0,0264
76	2,83	2,83	0,525	0,1985	0,699	0,7238	0,0253

77	2,90	2,90	0,538	0,2019	0,702	0,7333	0,0314
78	3,19	3,19	0,592	0,2224	0,722	0,7429	0,0205
79	3,38	3,38	0,627	0,2324	0,732	0,7524	0,0200
80	3,43	3,43	0,636	0,2357	0,736	0,7619	0,0262
81	3,48	3,48	0,646	0,2389	0,739	0,7714	0,0325
82	3,60	3,60	0,668	0,2454	0,745	0,7810	0,0356
83	3,66	3,66	0,679	0,2486	0,749	0,7905	0,0419
84	3,71	3,71	0,688	0,2518	0,752	0,8000	0,0482
85	3,71	3,71	0,688	0,2518	0,752	0,8095	0,0577
86	3,79	3,79	0,703	0,2580	0,758	0,8190	0,0610
87	3,89	3,89	0,722	0,2642	0,764	0,8286	0,0644
88	4,19	4,19	0,778	0,2794	0,779	0,8381	0,0587
89	4,79	4,79	0,889	0,3106	0,811	0,8476	0,0370
90	5,01	5,01	0,930	0,3212	0,821	0,8571	0,0359
91	5,43	5,43	1,008	0,3413	0,841	0,8667	0,0254
92	6,08	6,08	1,128	0,3686	0,869	0,8762	0,0076
93	7,01	7,01	1,301	0,4032	0,903	0,8857	0,0175
94	7,49	7,49	1,390	0,4162	0,916	0,8952	0,0210
95	8,01	8,01	1,486	0,4306	0,931	0,9048	0,0258
96	8,48	8,48	1,574	0,4418	0,942	0,9143	0,0275
97	8,65	8,65	1,605	0,4452	0,945	0,9238	0,0214
98	9,25	9,25	1,716	0,4564	0,956	0,9333	0,0231
99	9,25	9,25	1,716	0,4564	0,956	0,9429	0,0135
100	9,36	9,36	1,737	0,4582	0,958	0,9524	0,0058
101	9,89	9,89	1,835	0,4664	0,966	0,9619	0,0045
102	10,95	10,95	2,032	0,4788	0,979	0,9714	0,0074
103	12,36	12,36	2,294	0,4899	0,990	0,9810	0,0089
104	15,30	15,30	2,839	0,4977	0,998	0,9905	0,0072
105	16,89	16,89	3,134	0,4991	0,999	1,0000	0,0009

Dari perhitungan, didapat nilai L_{hitung} terbesar = 0,0714 L_{tabel} untuk $n = 105$

dengan taraf signifikan 0,05 adalah 0,0864. $L_{hitung} < L_{tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan data berdistribusi Normal.

Lampiran 64

LANGKAH PERHITUNGAN UJI NORMALITAS GALAT TAKSIRAN

$$\text{REGRESI } \hat{Y} = 40,46 + 0,5875X_2$$

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 $i = 1$

$$Z_i = \frac{\{(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}\}}{S} = \frac{-10,22}{5,39} = -1,896$$

4. Kolom Z_t

Nilai Z_t dikonsultasikan pada daftar F, misalnya :

Cari $-1,90$ diperoleh $Z_t = 0,4706$

Untuk $Z_i = -1,896$, maka $F(z_i) = 0,5 - 0,4706 = 0,0294$

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

$$\text{Kolom } S(z_i) = \frac{1}{105} = 0,0095$$

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

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

$$= |0,0294 - 0,0095| = 0,0199$$

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

PERHITUNGAN JK (G)

No.	K	n	X	Y	Y ²	XY	ΣY ²	(ΣY)	(ΣY) ²	$\frac{(\Sigma Y)^2}{nK}$	$\left\{ \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{nK} \right\}$
1	I	1	69	77	5929	5313					
2	II	1	70	77	5929	5390					
3	III	1	71	85	7225	6035					
4	IV	3	72	85	7225	6120	20534	248	61504	20.501,33	32,67
5			72	78	6084	5616					
6			72	85	7225	6120					
7	V	3	73	77	5929	5621	20954	250	62500	20.833,33	120,67
8			73	92	8464	6716					
9			73	81	6561	5913					
10	VI	4	74	85	7225	6290	24714	314	98596	24.649,00	65,00
11			74	77	5929	5698					
12			74	74	5476	5476					
13			74	78	6084	5772					
14	VII	2	75	88	7744	6600	16393	181	32761	16.380,50	12,50
15			75	93	8649	6975					
16	VIII	4	76	102	10404	7752	34575	371	137641	34.410,25	164,75
17			76	85	7225	6460					
18			76	89	7921	6764					
19			76	95	9025	7220					
20	IX	7	77	101	10201	7777	49756	588	345744	49.392,00	364,00
21			77	85	7225	6545					
22			77	80	6400	6160					
23			77	81	6561	6237					
24			77	82	6724	6314					
25			77	81	6561	6237					
26			77	78	6084	6006					
27	X	3	78	88	7744	6864	23944	268	71824	23.941,33	2,67
28			78	90	8100	7020					
29			78	90	8100	7020					
30	XI	4	79	89	7921	7031	30123	347	120409	30.102,25	20,75
31			79	85	7225	6715					
32			79	89	7921	7031					
33			79	84	7056	6636					
34	XII	2	80	81	6561	6480	13122	162	26244	13.122,00	0,00
35			80	81	6561	6480					
36	XIII	3	81	83	6889	6723	24611	271	73441	24.480,33	130,67
37			81	99	9801	8019					
38			81	89	7921	7209					
39	XIV	5	82	83	6889	6806	42363	459	210681	42.136,20	226,80
40			82	101	10201	8282					
41			82	87	7569	7134					
42			82	98	9604	8036					
43			82	90	8100	7380					
44	XV	4	83	79	6241	6557	29332	342	116964	29.241,00	91,00
45			83	91	8281	7553					
46			83	89	7921	7387					
47			83	83	6889	6889					
48	XVI	7	84	86	7396	7224	55197	621	385641	55.091,57	105,43
49			84	85	7225	7140					
50			84	83	6889	6972					

51			84	94	8836	7896					
52			84	93	8649	7812					
53			84	89	7921	7476					
54			84	91	8281	7644					
55	XVII	3	85	90	8100	7650	24161	269	72361	24.120,33	40,67
56			85	85	7225	7225					
57			85	94	8836	7990					
58	XVIII	6	86	87	7569	7482	52571	561	314721	52.453,50	117,50
59			86	98	9604	8428					
60			86	91	8281	7826					
61			86	96	9216	8256					
62			86	90	8100	7740					
63			86	99	9801	8514					
64	XIX	7	87	88	7744	7656	58956	642	412164	58.880,57	75,43
65			87	97	9409	8439					
66			87	89	7921	7743					
67			87	89	7921	7743					
68			87	90	8100	7830					
69			87	95	9025	8265					
70			87	94	8836	8178					
71	XX	6	88	88	7744	7744	48097	537	288369	48.061,50	35,50
72			88	88	7744	7744					
73			88	93	8649	8184					
74			88	90	8100	7920					
75			88	86	7396	7568					
76			88	92	8464	8096					
77	XXI	5	89	85	7225	7565	44414	470	220900	44.180,00	234,00
78			89	91	8281	8099					
79			89	90	8100	8010					
80			89	102	10404	9078					
81			89	102	10404	9078					
82	XXII	7	90	97	9409	8730	59670	646	417316	59.616,57	53,43
83			90	91	8281	8190					
84			90	90	8100	8100					
85			90	96	9216	8640					
86			90	90	8100	8100					
87			90	92	8464	8280					
88			90	90	8100	8100					
89	XXIII	2	91	90	8100	8190	18100	190	36100	18.050,00	50,00
90			91	100	10000	9100					
91	XXIV	1	92	102	10404	9384					
92	XXV	3	93	95	9025	8835	26910	284	80656	26.885,33	24,67
93			93	91	8281	8463					
94			93	98	9604	9114					
95	XXVI	2	94	94	8836	8836	18440	192	36864	18.432,00	8,00
96			94	98	9604	9212					
97	XXVII	2	95	96	9216	9120	18241	191	36481	18.240,50	0,50
98			95	95	9025	9025					
99	XXVIII	1	96	92	8464	8832					
100	XXIX	2	97	98	9604	9506	18820	194	37636	18.818,00	2,00
101			97	96	9216	9312					
102	XXX	1	98	89	7921	8722					
103	XXXI	1	99	102	10404	10098					
104	XXXII	2	100	104	10816	10400	21425	207	42849	21.424,50	0,50
105			100	103	10609	10300					
Σ	32	105	8818	9429	851699	795183					1.979,09

PERHITUNGAN UJI KEBERARTIAN REGRESI

1. Mencari Jumlah Kuadrat Total JK (T)

$$\begin{aligned} JK (T) &= \Sigma Y^2 \\ &= 851699 \end{aligned}$$

2. Mencari jumlah kuadrat regresi a JK (a)

$$\begin{aligned} JK (a) &= \frac{(\Sigma Y)^2}{n} \\ &= \frac{9429^2}{105} \\ &= 846724,20 \end{aligned}$$

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

$$\begin{aligned} JK (b/a) &= b \cdot \Sigma xy \\ &= 0,588 \quad \times \quad 3326,6 \\ &= 1954,49 \end{aligned}$$

4. Mencari jumlah kuadrat residu JK (S)

$$\begin{aligned} JK (S) &= JK (T) - JK (a) - JK (b/a) \\ &= 851699 - 846724,20 - 1954,49 \\ &= 3020,31 \end{aligned}$$

5. Mencari Derajat Kebebasan

$$\begin{aligned} dk_{(T)} &= n = 105 \\ dk_{(a)} &= 1 \\ dk_{(b/a)} &= 1 \\ dk_{(res)} &= n - 2 = 103 \end{aligned}$$

6. Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat

$$RJK_{(b/a)} = \frac{JK_{(b/a)}}{dk_{(b/a)}} = \frac{1954,49}{1} = 1954,49$$

$$RJK_{(res)} = \frac{JK_{(res)}}{dk_{(res)}} = \frac{3020,31}{103} = 29,32$$

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

$$F_{hitung} = \frac{RJK_{(b/a)}}{RJK_{(res)}} = \frac{1954,49}{29,32} = 66,65$$

9. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan $F_{hitung} = 66,65$

Berdasarkan taraf signifikan 0.05, pada tabel distribusi F dengan menggunakan dk pembilang 1 dan dk penyebut $n-2 = 105-2 = 103$ dihasilkan F_{tabel} sebesar = 3,91

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)

$$JK(G) = \sum \left\{ \sum Y_k^2 - \frac{\sum Y_k^2}{n_k} \right\}$$

$$= 1979,09 \text{ (Lihat tabel Perhitungan JK } G_{(\text{galat})})$$

2. Mencari Jumlah Kuadrat Tuna cocok JK (TC)

$$JK(TC) = JK(S) - JK(G)$$

$$= 3020,31 - 1979,09$$

$$= 1041,22$$

3. Mencari Derajat Kebebasan

$$k = 32$$

$$dk_{(TC)} = k - 2 = 30$$

$$dk_{(G)} = n - k = 73$$

4. Mencari rata-rata jumlah kuadrat

$$RJK_{(TC)} = \frac{1041,22}{30} = 34,71$$

$$RJK_{(G)} = \frac{1979,09}{73} = 27,11$$

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

$$F_{hitung} = \frac{RJK_{(TC)}}{RJK_{(G)}} = \frac{34,71}{27,11} = 1,28$$

7. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan $F_{hitung} = 1,28$

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

Menggunakan dk pembilang 30 dan dk penyebut 73 dihasilkan F_{tabel} sebesar = 1,62

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 _{hitung}	F _{tabel}
Total	n	ΣY^2			
Regresi (a)	1	$\frac{(\Sigma Y)^2}{n}$			Fo > Ft Maka regresi Berarti
Regresi (b/a)	1	b . Σxy	$\frac{b \cdot \Sigma xy}{1}$	$\frac{RJK(b/a)^*)}{RJK(res)}$	
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 $F_{hitung} > F_{tabel}$

ns) Persamaan regresi linear karena $F_{hitung} < F_{tabel}$

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F _{hitung}	F _{tabel}
Total	105	851699			
Regresi (a)	1	846724,20			3,91
Regresi (b/a)	1	1954,49	1954,49	66,65 *)	
Residu	103	3020,31	29,32		
Tuna Cocok	30	1041,22	34,71	1,28 ns)	1,62
Galat Kekeliruan	73	1979,09	27,11		

Keterangan : *) Persamaan regresi berarti karena $F_{hitung} (66,65) > F_{tabel} (3,91)$

ns) Persamaan regresi linear karena $F_{hitung} (1,28) < F_{tabel} (1,62)$

**PERHITUNGAN KOEFISIEN KORELASI
*PRODUCT MOMENT***

Mencari Koefisien Korelasi dengan Rumus *Product Moment*

Diketahui :

$$\Sigma x^2 = 5661,96$$

$$\Sigma y^2 = 4974,80$$

$$\Sigma xy = 3326,60$$

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

$$r_{XY} = \frac{3326,60}{\sqrt{5661,96 \cdot 4974,8}}$$

$$r_{XY} = \frac{3326,60}{5307,2712}$$

$$r_{XY} = 0,627$$

PERHITUNGAN UJI KEBERARTIAN KOEFSISIEN KORELASI (Uji-t)

Koefisien Korelasi *Product Moment* (Uji-t)

$$\begin{aligned}
 t_h &= \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\
 &= \frac{0,627\sqrt{103}}{\sqrt{1-0,393}} \\
 &= \frac{0,627 \times 10,1489}{\sqrt{0,607}} \\
 &= \frac{6,361}{0,7792} \\
 &= 8,164
 \end{aligned}$$

Kesimpulan :

t_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 dengan dk $(n-2) = (105-2) = 103$ sebesar 1,66

Kriteria pengujian :

H_0 ditolak jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$.

H_0 diterima jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$.

Dari hasil pengujian :

$t_{\text{hitung}} [8,164] > t_{\text{tabel}} (1,66)$, maka terdapat hubungan yang **signifikan** antara variabel X2 dengan variabel Y

PERHITUNGAN KOEFISIEN DETERMINASI

Untuk mencari seberapa besar variasi variabel Y yang ditentukan oleh variabel X2, maka digunakan Koefisien Determinasi dengan rumus :

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r_{XY}^2 \\ &= 0,627^2 \\ &= 0,3929 \\ &= 39,29\% \end{aligned}$$

Dari hasil tersebut diinterpretasikan bahwa keputusan pembelian ditentukan oleh *servicescape* (lingkungan fisik) sebesar 39,29 %.

SKOR INDIKATOR DOMINAN VARIABEL X₂

SERVICESCAPE

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

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Jumlah Soal	Skor	Persentase
Kondisi Ambient	Suhu Udara	Sejuk	4 Soal	$\frac{448+454+432+441}{4}$	22,06%
		Panas		887,5	
	Pencahayaannya	Gelap	3 Soal	$\frac{431+415+385}{3}$	10%
		Terang		410,3	
	Suara	Suara Bisng Pelanggan	3 Soal	$\frac{400+392+375}{3}$	10%
		Suara Bicara Karyawan		389,0	
	Musik	Cepat	3 Soal	$\frac{368+361+362}{3}$	9%
		Lambat		363,7	
Aroma		3 Soal	$\frac{384+379+376}{3}$ 379,7	9%	
Pengaturan Tata Ruang	Peralatan	Cash Register	1 Soal	378	9,40%
		Keranjang	1 Soal	393	9,77%
		Generator Set (Genset)	2 Soal	$\frac{379+416}{2}$ 397,5	9,88%
Simbol	Tanda No Smoking Area		2 Soal	$\frac{426+423}{2}$ 424,5	11%
Total Skor				4023,2	100%

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

Sub indikator sejuk dan panas dalam indikator suhu udara memiliki pengaruh yang cukup besar dalam lingkungan fisik (*servicescape*)

Tabel Nilai-Nilai r Product Moment Dari Pearson

N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan		N	Taraf 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			

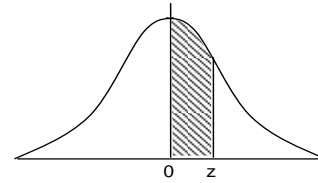
Sumber : Conover, W.J., *Practical Nonparametric Statistics*, John Wiley & Sons, Inc., 1973

Nilai Kritis L Untuk Uji Lilliefors

Ukuran Sampel	Taraf Nyata (α)				
	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	0,289	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	<u>1,031</u>	<u>0,886</u>	<u>0,805</u>	<u>0,768</u>	<u>0,736</u>
	\sqrt{n}	\sqrt{n}	\sqrt{n}	\sqrt{n}	\sqrt{n}

Sumber : Conover, W.J., *Practical Nonparametric Statistics*, John Wiley & Sons, Inc., 1973

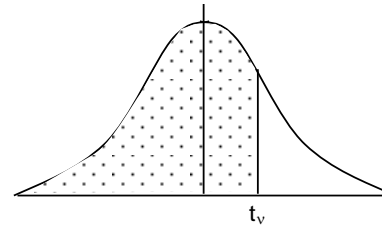
**Tabel Kurva Normal Persentase
Daerah Kurva Normal
dari 0 sampai z**



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, 1961

Nilai Persentil untuk Distribusi t
v = dk
(Bilangan Dalam Badan Daftar Menyatakan t_p)

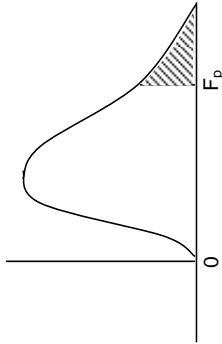


v	t _{0,995}	t _{0,99}	t _{0,975}	t _{0,95}	t _{0,90}	t _{0,80}	t _{0,75}	t _{0,70}	t _{0,60}	t _{0,55}
1	63,66	31,82	12,71	6,31	3,08	1,376	1,000	0,727	0,325	0,518
2	9,92	6,96	4,30	2,92	1,89	1,061	0,816	0,617	0,289	0,142
3	5,84	4,54	3,18	2,35	1,64	0,978	0,765	0,584	0,277	0,137
4	4,60	3,75	2,78	2,13	1,53	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	0,512	0,260	0,129
11	3,11	2,72	2,20	1,80	1,36	0,876	0,697	0,510	0,260	0,129
12	3,06	2,68	2,18	1,78	1,36	0,873	0,695	0,509	0,259	0,128
13	3,01	2,65	2,16	1,77	1,35	0,870	0,694	0,508	0,259	0,128
14	2,98	2,62	2,14	1,76	1,34	0,868	0,692	0,507	0,258	0,128
15	2,95	2,60	2,13	1,75	1,34	0,866	0,691	0,506	0,258	0,128
16	2,92	2,58	2,12	1,75	1,34	0,865	0,690	0,505	0,258	0,128
17	2,90	2,57	2,11	1,74	1,33	0,863	0,690	0,504	0,257	0,128
18	2,88	2,55	2,10	1,73	1,33	0,862	0,688	0,504	0,257	0,127
19	2,86	2,54	2,09	1,73	1,33	0,861	0,688	0,503	0,257	0,127
20	2,84	2,53	2,09	1,72	1,32	0,860	0,687	0,503	0,257	0,127
21	0,83	2,52	2,08	1,72	1,32	0,859	0,686	0,502	0,257	0,127
22	2,82	2,51	2,07	1,72	1,32	0,858	0,686	0,502	0,256	0,127
23	2,81	2,50	2,07	1,71	1,32	0,858	0,685	0,502	0,256	0,127
24	2,80	2,49	2,06	1,71	1,32	0,857	0,685	0,501	0,256	0,127
25	2,79	2,48	2,06	1,71	1,32	0,856	0,684	0,501	0,256	0,127
26	2,78	2,48	2,06	1,71	1,32	0,856	0,684	0,501	0,256	0,127
27	2,77	2,47	2,05	1,70	1,31	0,855	0,684	0,501	0,256	0,127
28	2,76	2,47	2,05	1,70	1,31	0,855	0,683	0,500	0,256	0,127
29	2,76	2,46	2,04	1,70	1,31	0,854	0,683	0,500	0,256	0,127
30	2,75	2,46	2,04	1,70	1,31	0,854	0,683	0,500	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., Ediaburgh

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	∞
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
	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	19,47	19,48	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	4,35	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	4,35	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	5,00	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	4,53	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
11	4,84	3,98	3,59	3,36	3,20	3,09	3,01	2,95	2,90	2,86	2,82	2,79	2,74	2,70	2,65	2,61	2,57	2,53	2,50	2,47	2,45	2,42	2,41	2,40
	9,65	7,20	6,22	5,67	5,32	5,07	4,88	4,74	4,63	4,54	4,46	4,40	4,29	4,21	4,10	4,02	3,94	3,86	3,80	3,74	3,70	3,66	3,62	3,60
12	4,75	3,88	3,49	3,26	3,11	3,00	2,92	2,85	2,80	2,76	2,72	2,69	2,64	2,60	2,54	2,50	2,46	2,42	2,40	2,36	2,35	2,32	2,31	2,30
	9,33	6,93	5,95	5,41	5,06	4,82	4,65	4,50	4,39	4,30	4,22	4,16	4,05	3,98	3,86	3,78	3,70	3,61	3,56	3,49	3,46	3,41	3,38	3,36
13	4,67	3,80	3,41	3,18	3,02	2,92	2,84	2,77	2,72	2,67	2,63	2,60	2,55	2,51	2,45	2,42	2,38	2,34	2,32	2,28	2,26	2,24	2,21	2,20
	9,07	6,70	5,74	5,20	4,86	4,62	4,44	4,30	4,19	4,10	4,02	3,96	3,85	3,78	3,67	3,59	3,51	3,42	3,37	3,30	3,27	3,21	3,18	3,16
14	4,67	3,80	3,41	3,18	3,02	2,92	2,84	2,77	2,72	2,67	2,63	2,60	2,55	2,51	2,45	2,42	2,38	2,34	2,32	2,28	2,26	2,24	2,22	2,21
	8,86	6,51	5,56	5,03	4,69	4,46	4,28	4,14	4,03	3,94	3,86	3,80	3,70	3,62	3,51	3,43	3,34	3,26	3,21	3,14	3,11	3,06	3,02	3,00
15	4,54	3,68	3,29	3,06	2,90	2,79	2,70	2,64	2,59	2,55	2,51	2,48	2,43	2,39	2,33	2,29	2,25	2,21	2,18	2,15	2,12	2,10	2,06	2,07
	8,68	6,36	5,42	4,89	4,56	4,32	4,14	4,00	3,89	3,80	3,73	3,67	3,56	3,48	3,36	3,29	3,20	3,12	3,07	3,00	2,97	2,92	2,89	2,87
16	4,49	3,63	3,24	3,01	2,85	2,74	2,66	2,59	2,54	2,49	2,45	2,42	2,37	2,33	2,28	2,24	2,20	2,16	2,13	2,09	2,07	2,04	2,02	2,01
	8,53	6,23	5,29	4,77	4,44	4,20	4,03	3,89	3,78	3,69	3,61	3,55	3,45	3,37	3,25	3,18	3,10	3,01	2,96	2,89	2,86	2,80	2,77	2,75
17	4,45	3,56	3,20	2,96	2,81	2,70	2,62	2,55	2,50	2,45	2,41	2,38	2,33	2,29	2,23	2,19	2,15	2,11	2,08	2,04	2,02	1,99	1,97	1,96
	8,40	6,11	5,18	4,67	4,34	4,10	3,93	3,79	3,68	3,59	3,52	3,45	3,35	3,27	3,16	3,08	3,00	2,92	2,86	2,79	2,76	2,70	2,67	2,65
18	4,41	3,55	3,16	2,93	2,77	2,66	2,58	2,51	2,46	2,41	2,37	2,34	2,29	2,25	2,19	2,15	2,11	2,07	2,04	2,00	1,98	1,95	1,93	1,92
	8,28	6,01	5,09	4,58	4,25	4,01	3,85	3,71	3,60	3,51	3,44	3,37	3,27	3,19	3,07	3,00	2,91	2,83	2,78	2,71	2,68	2,62	2,59	2,57
19	4,38	3,52	3,13	2,90	2,74	2,63	2,55	2,48	2,43	2,38	2,34	2,31	2,26	2,21	2,15	2,11	2,07	2,02	2,00	1,96	1,94	1,91	1,90	1,88
	8,18	5,93	5,01	4,50	4,17	3,94	3,77	3,63	3,52	3,43	3,36	3,30	3,19	3,12	3,00	2,92	2,84	2,76	2,70	2,63	2,60	2,54	2,51	2,49
20	4,35	3,49	3,10	2,87	2,71	2,60	2,52	2,45	2,40	2,35	2,31	2,26	2,23	2,18	2,12	2,08	2,08	1,99	1,96	1,92	1,90	1,87	1,85	1,84
	8,10	5,85	4,94	4,43	4,10	3,87	3,71	3,56	3,45	3,37	3,30	3,23	3,13	3,05	2,94	2,86	2,77	2,69	2,63	2,56	2,53	2,47	2,44	2,42
21	4,32	3,47	3,07	2,84	2,68	2,57	2,49	2,42	2,37	2,32	2,28	2,25	2,20	2,15	2,09	2,05	2,00	1,96	1,93	1,89	1,87	1,84	1,82	1,81
	8,02	5,78	4,87	4,37	4,04	3,81	3,65	3,51	3,40	3,31	3,24	3,17	3,07	2,99	2,88	2,80	2,72	2,63	2,58	2,51	2,47	2,42	2,38	2,36
22	4,30	3,44	3,05	2,82	2,66	2,55	2,47	2,40	2,35	2,30	2,26	2,23	2,18	2,13	2,07	2,03	1,98	1,93	1,91	1,87	1,84	1,81	1,80	1,78
	7,94	5,72	4,82	4,31	3,99	3,76	3,59	3,45	3,35	3,26	3,18	3,12	3,02	2,94	2,83	2,75	2,67	2,58	2,53	2,46	2,42	2,37	2,33	2,31
23	4,28	3,42	3,03	2,80	2,64	2,53	2,45	2,38	2,32	2,28	2,24	2,20	2,14	2,10	2,04	2,00	1,96	1,91	1,88	1,84	1,82	1,79	1,77	1,76
	7,88	5,66	4,76	4,26	3,94	3,71	3,54	3,41	3,30	3,21	3,14	3,07	2,97	2,89	2,78	2,70	2,62	2,53	2,48	2,41	2,37	2,32	2,28	2,26
24	4,26	3,40	3,01	2,78	2,62	2,51	2,43	2,36	2,30	2,26	2,22	2,18	2,13	2,09	2,02	1,98	1,94	1,89	1,86	1,82	1,80	1,76	1,74	1,73
	7,82	5,61	4,72	4,22	3,90	3,67	3,50	3,36	3,25	3,17	3,09	3,03	2,93	2,85	2,74	2,66	2,58	2,49	2,44	2,36	2,33	2,27	2,23	2,21
25	4,24	3,38	2,99	2,76	2,60	2,49	2,41	2,34	2,28	2,24	2,20	2,16	2,11	2,06	2,00	1,96	1,92	1,87	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72	1,71
	7,77	5,57	4,68	4,18	3,86	3,63	3,46	3,32	3,21	3,13	3,05	2,99	2,89	2,81	2,70	2,62	2,54	2,45	2,40	2,32	2,29	2,23	2,19	2,17

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	∞
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	2,48	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	2,55	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	∞
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	1,48	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	2,40	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	1,48	1,42	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
∞	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

Daftar Nama Responden Uji Coba

NO.	NAMA	TEMPAT TINGGAL
1.	Sutrisno	RT 004
2.	Sugiyana	RT 004
3.	Marwoto	RT 004
4.	Irwan Setiawan	RT 004
5.	Adang Surya Darma	RT 004
6.	Edi Soewardjo	RT 004
7.	Rahmadi Gunawan	RT 004
8.	Herry Saksono	RT 004
9.	Wihardjo	RT 004
10.	Rizal Abidin	RT 004
11.	Husni Lisman Firdaus	RT 004
12.	Dermawan Umagapi	RT 004
13.	Joko Sudisman	RT 004
14.	Ferrizanolo Nduru	RT 004
15.	Eko Budiarto	RT 004
16.	Daulat Has Sirait	RT 004
17.	Murtani	RT 004
18.	Wahyudi	RT 004
19.	Sugiyono	RT 004
20.	Raymon Setiawan	RT 004
21.	Junaedi	RT 004
22.	Agung Dwi Saputro	RT 004
23.	Muh. Muhyidin	RT 004
24.	Poppy Afrisianti	RT 004
25.	Joni Kortis Akbar	RT 004
26.	Rasli	RT 004
27.	Budi Santoso	RT 004
28.	R. Suhartono	RT 004
29.	Sugianto	RT 004
30.	Syamsul Hadi	RT 004

Daftar Nama Responden Final

NO	NAMA	TEMPAT TINGGAL
1.	ZULHAM BIN MUHAYAN	RT 001
2.	SODIQ WIYONO	RT 001
3.	NURUL ARIFIN	RT 001
4.	SYAMS ADHI RESPATI	RT 001
5.	NUR AIDILIAH	RT 001
6.	NUGROHO SANTOSO	RT 001
7.	NANDANG IRAWAN	RT 001
8.	RITA PURBATIN	RT 001
9.	NYI RANI	RT 001
10.	DONA TALEN	RT 001
11.	PUJI RAHARJO	RT 001
12.	PRIYANTO	RT 001
13.	ACHYAR	RT 001
14.	BUDI UTOMO	RT 001
15.	HJ. KUMINAH	RT 001
16.	PERDANA PUTERA HIDAYAT	RT 001
17.	UCEN HUSEN	RT 001
18.	ROHANI	RT 001
19.	BUDI WAHYU PRIHATIN	RT 001
20.	PRASETYO AJI MARGO UTOMO	RT 001
21.	DONNY DHARMAWAN	RT 001
22.	SHIRLEY HARLIM	RT 001
23.	SURATNA	RT 001
24.	DULKOHAR	RT 001
25.	MULKI RASYIDIN WIBAWA	RT 001
26.	TEGUH CAHYONO	RT 001
27.	HENGKI RAHMAN	RT 001
28.	ASMIATI	RT 002
29.	AMINURULLAH	RT 002
30.	SUGIARTO	RT 002
31.	ROY WIRATATMO	RT 002
32.	SLAMET RIYANTO	RT 002
33.	AGUSTINI	RT 002
34.	HAFRIANA	RT 002

35.	R. DJOKO SOEHARSO	RT 002
36.	ENDANG SETIAWAN	RT 002
37.	LUBBAN ANWARIALHAMIDI	RT 002
38.	TITIN FATIMAH	RT 002
39.	FX WIDODO MULYONO	RT 002
40.	ESSO SRI UTOMO	RT 002
41.	HARIYANTO	RT 002
42.	HENI HARYANI	RT 002
43.	BUDIMAN AGUNG PRATAMA	RT 002
44.	H. UMAR	RT 002
45.	SITI ZUBAEDA	RT 002
46.	SUHARDI	RT 002
47.	HENKA SETIYANTO	RT 002
48.	ANI YUNIASTUTI	RT 002
49.	TAESAN	RT 002
50.	EDDY MULYONO	RT 002
51.	INTAN HARDIANA	RT 002
51.	ADI ROSADI	RT 002
53.	ANWAR FATHONI	RT 002
54.	HERMAN RUSLI	RT 002
55.	CAHYONO HARIE INDRAWAN	RT 002
56.	KARTIKA NEFO	RT 002
57.	HASSAN HADI	RT 002
58.	SUNARDI	RT 002
59.	WALUYO	RT 002
60.	SE HOO	RT 002
61.	SURYAMAN	RT 002
62.	EDIT	RT 002
63.	MARYANI	RT 003
64.	PURYANTO	RT 003
65.	VICTOR HARIANJA	RT 003
66.	ISHAK KOHANDI	RT 003
67.	MARYANTO	RT 003
68.	PRASETYO WIBOWO	RT 003
69.	DJOKO ARINAWAN	RT 003
70.	B. AGUS MURJITO	RT 003
71.	KISWORD	RT 003
72.	ASRONI	RT 003
73.	SUDARKO	RT 003
74.	JAKI WIJAYA	RT 003
75.	MISTI	RT 003
76.	AGUS BUDIARSO	RT 003
77.	ROCHIMATUL CHOLIK	RT 003

78.	RUDI HAERUDIN	RT 003
79.	DEDY HERLIAN	RT 003
80.	ALDINO FARADAY IMBANG	RT 003
81.	ENGKUH KUSWARA	RT 003
82.	LUSIA PALENTEK	RT 003
83.	WATIYEM	RT 003
84.	ERMIN SUSANTO	RT 003
85.	DONNI NAFANDI	RT 003
86.	MUHAMMAD AMRI SAMOSIR	RT 003
87.	TAHAN TAMBUNAN	RT 003
88.	TAMSIR BRANDO	RT 003
89.	ACHMAD SUGIANTO	RT 003
90.	TRI HADI	RT 003
91.	DASWIR	RT 003
92.	JAMILAH	RT 003
93.	NURMA	RT 003
94.	ISTI HAR	RT 003
95.	MANGIHUT AMBARITA	RT 003
96.	BOGO SUNTORO MUKTI	RT 003
97.	MULYA EFI	RT 003
98.	JULIUS LUKMAN	RT 003
99.	FERRY MARTIN LAMOH	RT 003
100.	PANDAPOTAN SITUMORANG	RT 003
101.	AGUS IRAWAN	RT 003
102.	FAHRONI	RT 003
103.	LIP FO HERMAN	RT 003
104.	ALEXSANDRA SRI ISTIARINI	RT 003
105.	ROBERT KASAN	RT 003

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Restia Nur Rizky, lahir di Bogor, 24 Oktober 1995 yang merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Rizal Abidin dan Ibu Ratih Dianty Hadi. Peneliti mulai menempuh pendidikan di TK Kasih Ibu pada tahun 2000-2001 dan melanjutkan sekolah di SDN Cikaret 01 pada tahun 2001-2007. Setelah itu menempuh pendidikan di SMPN 2 Cibinong pada tahun 2007-2010 dan melanjutkan sekolah di SMA Citra Nusa pada tahun 2010-2013. Hingga menjalani pendidikan di Universitas Negeri Jakarta pada Fakultas Ekonomi Program Studi Pendidikan Tata Niaga sejak tahun 2013. Peneliti memiliki pengalaman berorganisasi, yaitu menjadi anggota PMR SMPN 2 Cibinong pada tahun 2007- 2009. Kemudian pernah menjadi anggota Rohis pada tahun 2010-2011. Pada tahun 2014-2015 pernah menjadi staff Biro Administrasi BPM FE UNJ. Organisasi terakhir peneliti pada saat kuliah, yaitu menjadi Ketua badan Legislasi BPM FE UNJ. Pada masa perkuliahan peneliti pernah melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Mercedes-Benz Indonesia di Wanaherang-Bogor pada bagian Departemen Perpajakan pada Juni-Juli 2016 dan Praktik Keterampilan Mengajar di SMKN 22 Jakarta pada bulan Juli-Desember 2016.