

**HUBUNGAN ANTARA KERAGAMAN PRODUK DAN LOKASI
DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN 7-ELEVEN JALAN PEMUDA
PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA
FAKULTAS EKONOMI DI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

DEDI ARYADI
8135134145



*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 PRODUCT VARIETY AND LOCATION
WITH THE PURCHASE DECISION 7-ELEVEN JALAN PEMUDA ON
STUDENT STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION FACULTY
OF ECONOMICS IN STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**

**DEDI ARYADI
8135134145**



*Building
Future
Leaders*

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

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

ABSTRAK

DEDI ARYADI, Hubungan antara Keragaman Produk dan Lokasi dengan Keputusan Pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilakukan di Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, selama 4 bulan terhitung sejak Maret 2017 sampai dengan Juni 2017. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara keragaman produk dan lokasi dengan keputusan pembelian *7-Eleven* jalan pemuda pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *Purposive sampling* sebanyak 110 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 37,99 + 0,6315X_1$ dan $\hat{Y} = 35,63 + 0,6556X_2$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X dengan uji *Lilliefors* menghasilkan $L_{hitung} = 0,0764$ untuk Y atas X_1 dan $L_{hitung} = 0,0795$ untuk Y atas X_2 , sedangkan L_{tabel} untuk $n = 110$ pada taraf signifikan 0,05 adalah 0,0844. Karena $L_{hitung} < L_{tabel}$ maka galat taksiran Y atas X_1 dan Y atas X_2 berdistribusi normal. Uji Linieritas regresi menghasilkan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $1,34 < 1,98$ untuk X_1 dan $1,21 < 1,98$ untuk X_2 , sehingga disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut linear. Dari uji keberartian regresi menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu, $74,45 > 3,91$ untuk X_1 dan $77,11 > 3,91$ untuk X_2 , sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Koefisien korelasi *Product Moment* dari *Pearson* menghasilkan $r_{xy} = 0,639$ untuk X_1 dan $r_{xy} = 0,645$ untuk X_2 , selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji t dan dihasilkan $t_{hitung} = 8,628$ untuk X_1 dan $t_{hitung} = 8,781$ untuk X_2 dan $t_{tabel} = 1,66$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi $r_{xy} = 0,639$ untuk X_1 dan $r_{xy} = 0,645$ untuk X_2 adalah positif dan signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 40,80% yang menunjukkan bahwa 40,80% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh keragaman produk dan 41,66% yang menunjukkan bahwa 41,66% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh lokasi.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Keragaman Produk, Lokasi

ABSTRACT

DEDI ARYADI, *The Correlation between Product Variety and Location with The Purchase Decision 7-Eleven Jalan Pemuda On Student Study Program Of Commerce Education Faculty Of Economics In State University Of Jakarta. Study Program of Education of Commerce, Faculty of Economics, State University of Jakarta.*

This research was conducted at Study Program of Education of Commerce, Faculty of Economics, State University of Jakarta, for 4 months since March 2017 until June 2017. The purpose of this research is to know the correlation between variety product and place with the purchase decision 7-Eleven Jalan Pemuda in The Commerce Education Student in State University Of Jakarta. The research method used is survey method with correlational approach, the population used is all students of Study Program of Education of Commerce at State University of Jakarta. The sampling technique used is Purposive sampling technique of 110 people. The resulting regression equation is $\hat{Y} = 37,99 + 0,6315X_1$ and $\hat{Y} = 35,63 + 0,6556X_2$. Test analysis requirement is test of normality error of regression estimation of Y over X with test of Lilliefors yield $L_{count} = 0,0764$ for Y over X_1 and $L_{count} = 0,0795$ for Y over X_2 , while L_{table} for $n = 110$ at significant level 0,05 is 0 ,0844. Since $L_{count} < L_{table}$ then the estimated error of Y over X_1 and Y over X_2 is normally distributed. The regression linearity test yields $F_{count} < F_{table}$ that is $1,34 < 1,98$ for X_1 and $1,21 < 1,98$ for X_2 , so it is concluded that the regression equation is linear. From regression significance test yield $F_{count} > F_{table}$ that is, $74,45 > 3,91$ for X_1 and $77,11 > 3,91$ for X_2 , so it can be concluded that the regression equation is significant. Product Moment correlation coefficient from Pearson produces $r_{xy} = 0,639$ for X_1 and $r_{xy} = 0,645$ for X_2 , then tested significance of correlation coefficient by using t test and produced $t_{ct} = 8,628$ for X_1 and $t_{cal} = 8,781$ for X_2 and $t_{table} = 1,66$. Thus, it can be concluded that the correlation coefficient $r_{xy} = 0,639$ for X_1 and $r_{xy} = 0,645$ for X_2 is positive and significant. The coefficient of determination obtained is 40,80% which indicates that 40,80% of purchasing decision variables are determined by variety product and 41,66% indicating that 41,66% of purchasing decision variable is determined by location.

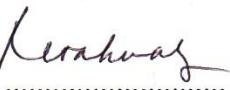
Keyword :Purchase Decision, Product Variety, Location

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



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

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Tjutju Fatimah, M.Pd</u> NIP. 195311171982032001	Ketua Penguji		20 Juni 2017
2. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Penguji Ahli		20 Juni 2017
3. <u>Dra. Rochyati, M.Pd</u> NIP. 195404031985032002	Sekretaris		20 Juni 2017
4. <u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032011	Pembimbing I		20 Juni 2017
5. <u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 19770112008122003	Pembimbing II		20 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, Juni 2017
Yang membuat pernyataan



Dedi Aryadi
No. Reg. 8135134145

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Sadar, sabar, wajar"

*"Jika kita berfikir dengan sadar, kemudian menghadapi sesuatu dengan rasa
sabar, maka semua akan terlihat wajar"*

- Dedi

*"Dan sesungguhnya Kami akan memberi balasan kepada orang-orang yang
sabar dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan"*

(Qs: An-Nahl: 96)

Alhamdulillahirabbil'alamin.

Bersyukur kepada Allah Subhanahu Wata'ala. Karena-Nya, saya dapat

menyelesaikan kuliah dan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku, kakak-kakaku dan
seluruh orang-orang disekitarku yang telah membantu dalam menyelesaikan
skripsi baik secara moril maupun materil.

Semoga Allah membalas kebaikan mereka semua dengan pahala yang
berlipat ganda.

Aamiin.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan antara Keragaman Produk dan Lokasi dengan Keputusan Pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta”.

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

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Corry Yohana, MM selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Niaga dan 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 penelitian ini.
3. Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.

5. Dita Puruwita, S.Pd, M. Si selaku dosen pembimbing akademik.
6. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sukira dan Ibu (Almh.) Darila, serta kakak-kakak tersayang yang telah memberikan semangat berupa materil dan moril.
7. Seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga, khususnya untuk angkatan 2013, 2014, 2015, dan 2016 yang telah meluangkan waktunya.
8. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Tata Niaga 2013 yang telah setia menemani dan memberikan segalanya selama perkuliahan.
9. Teman-teman seperjuangan satu bimbingan.

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

Jakarta, Juni 2017

Dedi Aryadi

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBERAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Pembatasan Masalah	5
D. Perumusan Masalah.....	5
E. Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II.....	8
KAJIAN TEORETIK	8
A. Deskripsi Konseptual	8
1.Keputusan Pembelian.....	8
2.Keragaman Produk.....	13
3.Lokasi.....	17
B. Hasil Penelitian Yang Relevan	22
C. Kerangka Teoretik	31
D. Perumusan Hipotesis	33
BAB III	34
METODOLOGI PENELITIAN.....	34
A. Tujuan Penelitian.....	34

B.	Tempat dan Waktu Penelitian	34
1.	Tempat Penelitian.....	34
2.	Waktu Penelitian	34
C.	Metode Penelitian.....	35
1.	Metode.....	35
2.	Konstelasi Hubungan Antar Variabel	36
D.	Populasi dan Sampling	37
E.	Teknik Pengumpulan Data	38
1.	Keputusan Pembelian (Variabel Y)	38
2.	Keragaman Produk (Variabel X1)	44
3.	Lokasi (Variabel X2).....	48
F.	Teknik Analisis Data	53
1.	Uji Persyaratan Analisis.....	53
2.	Uji Linieritas Regresi	54
3.	Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	54
4.	Uji Hipotesis	55
5.	Perhitungan Koefisien Determinasi	57
	BAB IV	58
	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
A.	Deskripsi Data	58
1.	Data Keputusan Pembelian	58
2.	Data Keragaman Produk	62
3.	Data Lokasi	65
B.	Pengujian Hipotesis	68
1.	Persamaan Garis Regresi	68
2.	Pengujian Persyaratan Analisis	71
3.	Pengujian Hipotesis Penelitian.....	74
C.	Pembahasan	76
	BAB V	79
	KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	79
A.	Kesimpulan.....	79

B.	Implikasi	80
C.	Saran	81
	DAFTAR PUSTAKA	83
	LAMPIRAN	86
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	216

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1. Matriks Hasil Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel II. 2. Persamaan dan Perbandingan Penelitian.....	28
Tabel III. 1. Sampel Final Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga.....	38
Tabel III. 2. Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian (Variabel Y)	39
Tabel III. 3. Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian.....	41
Tabel III. 4. Kisi-Kisi Instrumen Keragaman Produk (Variabel X1)	45
Tabel III. 5. Skala Penilaian Instrumen Keragaman Produk.....	45
Tabel III. 6. Kisi-Kisi Instrumen Lokasi (Variabel X2)	49
Tabel III. 7. Skala Penilaian Instrumen Lokasi.....	50
Tabel IV. 1. Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian.....	60
Tabel IV. 2. Rata-rata Hitung Skor Indikator Keputusan Pembelian	62
Tabel IV. 3. Distribusi Frekuensi Keragaman Produk.....	63
Tabel IV. 4. Rata-rata Hitung Skor Indikator Keragaman Produk	65
Tabel IV. 5. Distribusi Frekuensi Lokasi	66
Tabel IV. 6. Rata-rata Hitung Skor Indikator Lokasi	68
Tabel IV. 7. Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X1	72
Tabel IV. 8. Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X2	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV. 1. Grafik Histogram Keputusan Pembelian	61
Gambar IV. 2. Grafik Histogram Keragaman Produk	64
Gambar IV. 3. Grafik Histogram Lokasi	67
Gambar IV. 4. Grafik Hubungan antara Keragaman Produk dengan Keputusan Pembelian Persamaan Regresi $\hat{Y} = 37,99 + 0,6315X_1$	70
Gambar IV. 5. Grafik Hubungan antara Lokasi dengan Keputusan Pembelian Persamaan Regresi $\hat{Y} = 35,63 + 0,6556X_2$	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Surat Ijin Penelitian	86
Lampiran 2 – Survey Awal Penelitian	87
Lampiran 3 – Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel Y	88
Lampiran 4 – Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X ₁	90
Lampiran 5 – Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X ₂	93
Lampiran 6 – Skor Uji Coba Instrumen Variabel Y	95
Lampiran 7 – Perhitungan Analisis Butir Variabel Y	96
Lampiran 8 – Data Perhitungan Validitas Variabel Y	97
Lampiran 9 – Skor Uji Coba Instrumen Setelah Validitas Variabel Y	98
Lampiran 10 – Data Perhitungan Validitas Kembali Variabel Y	99
Lampiran 11 – Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel Y	100
Lampiran 12 – Skor Uji Coba Instrumen Variabel X ₁	101
Lampiran 13 – Perhitungan Analisis Butir Variabel X ₁	102
Lampiran 14 – Data Perhitungan Validitas Variabel X ₁	103
Lampiran 15 – Skor Uji Coba Instrumen Setelah Validitas Variabel X ₁	104
Lampiran 16 – Data Perhitungan Validitas Kembali Variabel X ₁	105
Lampiran 17 – Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel X ₁	106
Lampiran 18 – Skor Uji Coba Instrumen Variabel X ₂	107
Lampiran 19 – Perhitungan Analisis Butir Variabel X ₂	108
Lampiran 20 – Data Perhitungan Validitas Variabel X ₂	109
Lampiran 21 – Skor Uji Coba Instrumen Setelah Validitas Variabel X ₂	110
Lampiran 22 – Data Perhitungan Validitas Kembali Variabel X ₂	111
Lampiran 23 – Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel X ₂	112
Lampiran 24 – Kuesioner Final Penelitian Variabel Y	113
Lampiran 25 – Kuesioner Final Penelitian Variabel X ₁	116
Lampiran 26 – Kuesioner Final Penelitian Variabel X ₂	119

Lampiran 27 – Data Mentah Variabel Y	122
Lampiran 28 – Data Mentah Variabel X1	125
Lampiran 29 – Data Mentah Y dengan Variabel X ₁	128
Lampiran 30 – Rekapitulasi Skor Total Instrumen Penelitian Variabel Y dengan Variabel X1	131
Lampiran 31 – Perhitungan Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku Variabel X1 dan Y	134
Lampiran 32 - Tabel Perhitungan Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku, Variabel X1 dan Y	135
Lampiran 33 – Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Varaiabel Y	138
Lampiran 34 – Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X ₁	139
Lampiran 35 – Grafik Histogram Variabel Y	140
Lampiran 36 - Grafik Histogram Variabel X1	141
Lampiran 37 – Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = a + bX$	142
Lampiran 38 – Grafik Persamaan Regresi	143
Lampiran 39 – Tabel Untuk Menghitung $Y = a + bX_1$	144
Lampiran 40 – Tabel Perhitungan Rata-rata, Varians, dan Simpangan Baku Regresi.....	147
Lampiran 41 – Perhitungan Rata-rata, Varian, Simpangan Baku Regresi.....	150
Lampiran 42 – Perhitungan Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X1 .	151
Lampiran 43 – Langkah Perhitungan Uji Normaitas Galat Taksiran Regresi Y atas X1	154
Lampiran 44 - Perhitungan JK (G) Y atas X1.....	155
Lampiran 45 – Perhitungan Uji Keberartian Regresi Y atas X1.....	158
Lampiran 46 – Perhitungan Uji Kelinieran Regresi Y atas X1.....	159
Lampiran 47 – Tabel Anava untuk Uji keberartian dan Uji Kelinieran Regresi Y atas X1.....	160
Lampiran 48 – Perhitungan Koefisien Korelasi Product Moment Y atas X1	161

Lampiran 49 – Perhitungan Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t) Y atas X1	162
Lampiran 50 - Perhitungan Koefisien Determinasi Y atas X1	163
Lampiran 51 - Skor Indikator Dominan Variabel Y	164
Lampiran 52 – Skor Indikator Dominan Variabel X1	165
Lampiran 53 – Data Mentah Variabel X ₂	166
Lampiran 54 – Data Mentah Y dengan Variabel X2	169
Lampiran 55 – Rekapitulasi Skor Total Instrumen Penelitian Variabel Y dengan Variabel X2	172
Lampiran 56 – Perhitungan Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku Variabel X2 dan Y	175
Lampiran 57 – Tabel Perhitungan Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku, Variabel X2 dan Y	176
Lampiran 58 – Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Varaiabel X2	179
Lampiran 59 – Grafik Histogram Variabel X2	180
Lampiran 60 – Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = a + bX$	181
Lampiran 61 – Grafik Persamaan Regresi	182
Lampiran 62 – Tabel Untuk Menghitung $Y = a + bX_2$	183
Lampiran 63 – Tabel Perhitungan Rata-rata, Varians Baku Regresi	186
Lampiran 64 – Perhitungan Rata-rata, Varian, Simpangan Baku Regresi.....	189
Lampiran 65 – Perhitungan Galat Taksiran Y atas X2	190
Lampiran 66 – Perhitungan JK (G) Y atas X2	193
Lampiran 67 – Perhitungan Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y Atas X2..	194
Lampiran 68 – Perhitungan Uji Keberartian Regresi Y atas X2.....	197
Lampiran 69 – Perhitungan Uji Kelinieran Regresi Y atas X2.....	198
Lampiran 70 – Tabel Anava untuk Uji keberartian dan Uji Kelinieran Regresi Y atas X2.....	199
Lampiran 71 – Perhitungan Koefisien Korelasi Y atas X2	200

Lampiran 72 – Perhitungan Uji Kerberartian Koefisien Korelasi (Uji-t) Y atas X2	201
Lampiran 73 – Perhitungan Koefisien Determinasi Y atas X2.....	
Lampiran 74 – Skor Indikator Dominan Variabel X2	203
Lampiran 75 – Skor Indikator Dominan Variabel X2	204
Lampiran 76 – Tabel Nilai-nilai r	205
Lampiran 77 – Tabel Kurva Normal.....	206
Lampiran 78 – Tabel Nilai Persentil	207
Lampiran 79 - Tabel Nilai-nilai dalam Distribusi F.....	208
Lampiran 80 - Daftar Nama Responden Ujicoba.....	212
Lampiran 81 - Daftar Nama Responden Final	213

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi dan perdagangan bebas membuat persaingan bisnis semakin ketat. Ketatnya persaingan dunia usaha dan perubahan – perubahan yang terjadi dalam dunia usaha membuat para pelaku usaha harus menerapkan sebuah strategi yang tepat untuk dapat bertahan dan mengikuti perubahan pasar, serta bahkan tampil sebagai pemimpin pasar.

Kemajuan di bidang perekonomian selama ini telah banyak membawa akibat perkembangan yang cukup pesat dalam bidang usaha. Agar suatu perusahaan dapat terus memenangkan persaingan, perusahaan dituntut untuk mengadakan perbaikan dan peningkatan salah satunya di bidang pemasaran. Perusahaan tersebut akan berusaha menguasai pangsa pasar dengan berbagai strategi pemasaran dan juga pelayanannya dengan tujuan mendapatkan laba atau keuntungan.

Perusahaan ritel (eceran) merupakan bagian yang penting dalam kehidupan perekonomian suatu Negara, terutama dalam proses distribusi barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Perusahaan ritel menjadi penghubung antara perusahaan manufaktur atau produsen dan *wholesaler* atau pedagang besar dengan konsumen tingkat akhir. Tanpa perusahaan ritel, konsumen tidak akan bisa menikmati barang dan jasa yang biasa mereka

konsumsi sehari-hari. Selain itu, perusahaan ritel banyak memberikan keuntungan kepada konsumen.

Perusahaan ritel biasanya membuka toko dilokasi strategis yang mudah dijangkau oleh konsumen. Bahkan, beberapa perusahaan membuka tokonya selama 24 jam dalam sehari. Dengan kata lain, perusahaan ritel mempermudah konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa yang dibutuhkan kapan dan dimanapun mereka berada.

Saat ini, pertumbuhan usaha ritel atau eceran di Indonesia berkembang sangat pesat. Seiring dengan pesatnya perkembangan ritel ini, maka persaingan di bidang pemasaran ritel pun semakin meningkat. Salah satu perusahaan ritel tersebut adalah *7-Eleven*. *7-Eleven* adalah jaringan toko kelontong (*convenience store*) 24 jam asal Amerika Serikat yang sejak tahun 2005 kepemilikannya dipegang oleh *Seven & I Holdings Co.*, sebuah perusahaan Jepang. Setiap gerai *7-Eleven* menjual berbagai jenis produk, umumnya makanan, minuman dan majalah. Di berbagai Negara, tersedia pula layanan, seperti pembayaran tagihan, serta penjualan makanan khas daerah. Di Indonesia, *7-Eleven* dikelola oleh PT *Modern Putra Indonesia*, anak perusahaan PT *Modern International*, yang merupakan distributor Fuji Film di Indonesia. Saat ini, *7-Eleven* baru membuka cabang di Jakarta dan untuk kota-kota lainnya seperti Bandung, Semarang, Surabaya, Balikpapan, Makassar, Palembang dan Medan akan segera menyusul. Dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen, *7-Eleven* seharusnya memperhatikan faktor-faktor yang dapat

mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen, sehingga produk yang dihasilkan dapat terjual.

Harga merupakan salah satu faktor penting yang dilihat oleh konsumen ketika mereka akan membeli suatu barang atau jasa. Harga yang mahal mungkin saja kurang diminati oleh konsumen, khususnya mereka yang berpenghasilan terbatas atau pun mereka yang masih belum berpenghasilan, seperti mahasiswa.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diketahui bahwa makanan dan minuman yang dijual di *7-Eleven* Jalan Pemuda harganya terbilang mahal untuk mahasiswa karena tidak sesuai dengan uang saku mahasiswa, sehingga menyebabkan rendahnya keputusan pembelian.

Selain faktor harga yang berpengaruh, faktor keragaman produk juga mempengaruhi keputusan pembelian. Keanekaragaman produk merupakan jenis dan pengelompokan produk yang variatif yang ditampilkan oleh sebuah toko untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Adanya keanekaragaman produk yang diperjual belikan di suatu toko ritel mungkin menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk berbelanja karena konsumen akan lebih memilih membeli produk yang dibutuhkan tersedia di toko yang sama daripada harus berpindah – pindah toko.

Berdasarkan *survey* yang dilakukan oleh peneliti melalui wawancara dengan mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga,

Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diketahui bahwa keragaman produk yang tersedia di *7-Eleven* Jalan Pemuda kurang variatif, contohnya yaitu, ketika konsumen mencari produk sabun mandi cair, tetapi tidak ditemukan, sehingga menyebabkan berkurangnya keputusan pembelian.

Faktor berikutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah lokasi. Lokasi usaha adalah kunci untuk menarik pelanggan. Pemilihan lokasi yang strategis membuat konsumen tertarik untuk berkunjung dan melakukan pembelian.

Berdasarkan *survey* yang dilakukan oleh peneliti melalui wawancara dengan mahasiswa program studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa lokasi *7-Eleven* yang berada di Jalan Pemuda kurang strategis. Lokasi toko yang berada di dekat jalan raya, namun sedikit lebih masuk ke dalam, membuat keberadaan *7-Eleven* kurang terlihat, sehingga hal tersebut menyebabkan konsumen kurang tertarik untuk berkunjung dan melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu, harga, keragaman produk dan lokasi.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tentang rendahnya keputusan pembelian di *7-Eleven* Jalan

Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

B. Identifikasi Masalah

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

1. Harganya yang mahal.
2. Kurangnya keragaman produk yang di jual.
3. Lokasi yang kurang strategis.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan masalah-masalah yang telah diidentifikasi tersebut, ternyata masalah keputusan pembelian konsumen merupakan masalah yang kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun, karena keterbatasan pengetahuan peneliti, serta ruang lingkup yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada masalah “Hubungan Antara Keragaman Produk dan Lokasi dengan Keputusan Pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta”.

D. Perumusan Masalah

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

1. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara keragaman produk dengan keputusan pembelian?

2. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara lokasi 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 keragaman produk dan lokasi dengan keputusan pembelian.

2. Universitas Negeri Jakarta

Sebagai bahan bacaan ilmiah mahasiswa di masa yang akan datang, serta dapat menambah koleksi jurnal ilmiah di perpustakaan. Selain itu, hasil penelitian ini nantinya mungkin dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti lainnya mengenai hubungan antara keragaman produk dan lokasi dengan 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 keragaman produk dan lokasi yang strategis. Selain itu, dengan membaca hasil penelitian ini perusahaan akan mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mendorong keputusan pembelian bagi konsumen.

BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. Deskripsi Konseptual

1. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan sebuah tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli suatu produk. Setiap produsen melakukan berbagai strategi untuk menarik konsumen sehingga memutuskan untuk membeli produknya.

Suharno dan Yudi Sutarso mengatakan bahwa, “Keputusan pembelian adalah tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya”¹.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah tahap dimana pembeli telah menentukan, melakukan pembelian, serta mengkonsumsi produk.

Menurut Leon G. Schiffman, “*Many consumer decision are based on a combination of past experience (internal sources) and marketing and noncommercial information (external sources)*”².

¹ Suharno dan Yudi Sutarso, *Marketing in Practice* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 96.

² Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk, *Consumer Behavior* (Canada : Pearson Prentice Hall, 2004), h. 556.

Artinya, banyak keputusan konsumen didasarkan pada kombinasi pengalaman masa lalu (sumber internal) dan pemasaran, serta informasi non-komersial (sumber eksternal).

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah kombinasi pengalaman masa lalu dan pemasaran dan informasi non-komersial.

Menurut Boyd Walker, “*Purchase decision making is essentially a problem-solving process in deciding which products and brands to buy*”³.

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

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 pembelian⁴.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah

³ Harper W. Boyd and Orville C. Walker, *Marketing Management: A Strategic Approach* (Tokyo: Toppan Co, 1992), h. 112.

⁴ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2008), h. 120.

yang terdiri atas beberapa tahap, yang dimulai dari menganalisa keinginan dan kebutuhan sampai mengambil keputusan untuk membeli dan perilaku sesudah pembelian.

Menurut Sutisna, “Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan”⁵.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan konsumen diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan untuk melakukan pembelian suatu produk.

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 mereka”⁶.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan konsumen, meliputi semua proses yang dilalui konsumen mulai dari mengenali masalah sampai melakukan pembelian.

Nugroho J. Setiadi mengatakan bahwa, “Proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari pengenalan masalah kebutuhan,

⁵ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001), h. 15.

⁶ John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen Jilid 2 Edisi Kelima* (Jakarta: Erlangga, 2002), h. 2.

pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku paska pembelian”⁷.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa proses keputusan pembelian terdiri dari pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku paska pembelian.

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”⁸.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa proses keputusan pembeli terdiri dari lima tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku paska pembelian.

Kemudian, Kotler mengemukakan bahwa, “Keputusan pembelian, yaitu beberapa tahapan yang dilewati oleh konsumen jauh sebelum pembelian aktual dilakukan”⁹.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah tahapan-tahapan yang dilewati oleh konsumen sebelum melakukan pembelian suatu produk.

⁷ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Kencana, 2008), h. 16.

⁸ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 179.

⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1* (Jakarta: PT. Indeks, 2009), h. 235.

Menurut Hawkins, *et. al.*, yang dikutip oleh Bernard T. Widjaja, 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 pembelian¹⁰.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa proses pengambilan keputusan pembelian adalah proses yang dimulai dari *problem recognition* yang dilanjutkan dengan pencarian informasi untuk memecahkan masalah dengan menentukan pilihan alternatif pembelian.

Jadi, keputusan pembelian adalah proses penyelesaian masalah dalam menentukan produk yang akan konsumen beli.

Keputusan pembelian dapat diukur dengan empat dimensi, yaitu, dimensi pertama dengan subindikator pengaruh orang lain. Dimensi kedua adalah pengenalan kebutuhan dengan indikator pertama, yaitu rangsangan internal dengan subindikator diri sendiri; indikator kedua, yaitu rangsangan eksternal informasi dengan indikator pertama, yaitu sumber pribadi dengan subindikator pertama, yaitu teman, indikator yang kedua, yaitu sumber pengalaman dengan subindikator, yaitu pernah membeli. Dimensi ketiga adalah evaluasi alternatif dengan indikator, yaitu memilih di antara dua atau lebih alternatif. Dimensi keempat adalah pembelian dengan indikatornya, yaitu membeli merek jasa yang disukai(toko ritel 7-Eleven).

¹⁰ Bernard T. Widjaja, *Life Style Marketing* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), h. 31.

2. Keragaman Produk

Setiap perusahaan tentunya menginginkan untuk menyediakan produk yang lebih bervariatif atau beragam agar apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen yang beragam pun dapat tersedia, sehingga konsumen tidak beralih kepada perusahaan pesaing mereka.

Menurut Kotler & Armstrong, “*Product mix (product assortment) is the set of all product lines and items that a particular seller offers for sale to buyers*”¹¹.

Artinya, keragaman produk adalah semua lini produk dan barang-barang yang ditawarkan oleh penjual untuk dijual.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa keragaman produk adalah semua lini produk dan barang-barang yang ditawarkan oleh penjual.

Baldreston dalam bukunya Ajay Shukla menyatakan bahwa, “*The selling assortment has been defined as the total number of items, which can be sold by a firm in given transactions*”¹².

Artinya, keragaman produk ialah sejumlah barang yang diperjual belikan oleh perusahaan.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa keragaman produk adalah sejumlah barang yang diperjual belikan oleh perusahaan.

¹¹ Philip Kotler, *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control, 9th Edition* (New Jersey : Prentice-Hall International, 1997), h. 435.

¹² Ajay Shukla, *Retail Merchandising* (New Delhi: Tata McGraw Hill, 2010), h. 68.

Hollander dalam bukunya Ajay Shukla mengatakan bahwa, “*Interpreted assortment at the aggregate retail level of number of line on offer*”¹³.

Artinya, keragaman produk adalah sejumlah barang-barang yang ditawarkan oleh perusahaan.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa keragaman produk adalah sejumlah barang yang ditawarkan oleh perusahaan.

Selain itu, James L. Burrow dan Aubrey R. Fowler mengemukakan bahwa, “*A product assortment is the complete set of all products a business offers to its market*”¹⁴.

Artinya, keragaman produk adalah kumpulan produk yang ditawarkan di pasar.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa keragaman produk adalah kumpulan produk yang ditawarkan di pasar oleh perusahaan.

Nirali Prakashan dalam bukunya mengatakan bahwa, “*The retailer's product assortment must match the target market's shopping expectations*”¹⁵.

Artinya, keragaman produk harus disesuaikan dengan target harapan berbelanja konsumen.

¹³ *Ibid.*, h. 68.

¹⁴ James L. Burrow dan Aubrey R. Fowler, *Marketing, Fourth Edition* (Boston: South-Western Cengage Learning, 2012), h. 292.

¹⁵ Nirali Prakashan, *Retail And Distribution Management First Edition* (Mumbai: Pragati, 2006), h. 42.

Berman dan Evas dalam bukunya Ajay Shukla mengatakan bahwa, “*Merchandise assortment is viewed by some research as the total merchandise offer or store assortment*”¹⁶.

Artinya, keragaman produk menurut beberapa peneliti adalah barang yang ditawarkan oleh toko ritel.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa, keragaman produk adalah sejumlah barang yang ditawarkan oleh perusahaan dan harus disesuaikan dengan target berbelanja konsumen.

Menurut Kotler dan Keller, “Keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli”¹⁷.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa keragaman produk adalah kumpulan produk dan barang yang ditawarkan penjual kepada pembeli.

Kemudian, Ajay Shukla memaparkan bahwa, “*The assortment as the selection and range of merchandise offered to customers or range of style, size, and color choices offered at a particular time*”¹⁸.

Artinya, keragaman produk adalah berbagai barang yang ditawarkan kepada pelanggan atau berbagai gaya, ukuran dan pilihan warna yang ditawarkan kepada pelanggan pada waktu tertentu.

¹⁶ Ajay Shukla, *loc.cit.*

¹⁷ Philip Kotler & Keller, *Marketing Management*, Edisi 12 (New Jersey: Pearson Education, 2007), h.15.

¹⁸ Ajay Shukla, *loc.cit.*

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa keragaman produk adalah berbagai barang yang ditawarkan kepada pelanggan pada waktu tertentu.

Ajay Shukla juga menambahkan bahwa:

Assortment can also be described as shallow, deep, narrow, or, wide. A shallow assortment means a limited number of products lines, while a deep assortment means a large number of items in the said product line. A wide assortment means a wide assortment of products lines and a narrow assortment indicates the opposite¹⁹.

Artinya, keragaman produk dapat digambarkan secara dangkal, sempit dan luas. Keragaman produk yang dangkal dapat diartikan bahwa toko ritel hanya menjual sejumlah produk lini, sementara keragaman produk yang besar adalah sejumlah besar barang yang diperjual belikan di toko ritel tersebut. Keragaman produk yang luas adalah berbagai lini produk yang luas ditawarkan oleh peritel dan sebaliknya.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian keragaman produk dapat dilihat dengan tiga cara, yaitu dangkal, sempit dan luas.

Nirali Prakashan menjelaskan bahwa, “*The retailer has to decide on product assortment breadth and depth. The real challenge begins after defining the store's product assortment and that is to develop a product-differentiation strategy*”²⁰.

¹⁹ Ajay Shukla, *op.cit.*, h.70.

²⁰ Nirali Prakashan. *loc.cit.*

Artinya, pengecer harus memutuskan berbagai keragaman produk secara luas dan mendalam. Kemudian, tantangan yang sebenarnya dimulai setelah mengetahui pengertian keragaman produk yang ada di dalam toko dan itu adalah mengembangkan strategi diferensiasi produk.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa, keragaman produk adalah memutuskan berbagai keragaman produk secara luas dan mendalam.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk yang ditawarkan oleh peritel tertentu (*7-Eleven*) kepada pembeli.

Keragaman produk dapat diukur dengan beberapa indikator, dengan indikator pertamanya adalah variasi produk yang dangkal dengan subindikator pertamanya ialah hanya menjual sejumlah produk lini, dengan indikator kedua, yaitu variasi produk yang luas dengan subindikator berbagai lini produk diperjual belikan.

3. Lokasi

Setiap pelanggan kemungkinan selalu menginginkan untuk mendatangi perusahaan jasa ritel yang lokasinya berdekatan dengan mereka tinggal atau pun dengan dimana mereka sedang beraktivitas, seperti sekolah atau kuliah atau bekerja.

Fajar Laksana mengemukakan bahwa, "Lokasi adalah tempat untuk serangkaian kegiatan perusahaan yang terkait dengan semua

kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan jasa pada konsumen”²¹.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa lokasi adalah tempat untuk serangkaian kegiatan perusahaan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan jasa pada konsumen.

Pontas M. Pardede mengemukakan bahwa :

Lokasi adalah tempat kedudukan perusahaan atau letak geografis bangunan, mesin-mesin dan peralatan yang dimiliki perusahaan yang digunakan untuk mengolah berbagai jenis sumber daya dalam menghasilkan barang-barang dan/atau jasa-jasa²².

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa lokasi adalah tempat kedudukan perusahaan, mesin-mesin dan peralatan yang dimiliki perusahaan yang digunakan untuk mengolah berbagai jenis sumber daya dalam menghasilkan barang dan jasa.

Sedangkan, Rambat Lupiyoadi menjelaskan bahwa, “Lokasi berhubungan dengan dimana perusahaan itu harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya”²³.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa lokasi merupakan tempat dimana perusahaan itu harus bermarkas dan melakukan kegiatannya.

²¹ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis*, Edisi Pertama Cetakan Pertama (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 123.

²² Pontas M. Pardede, *Manajemen Operasi dan Produksi :Teori, Model dan Kebijakan* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), h. 105.

²³ Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi kedua* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 73.

Thomas W. Zimmerer mengatakan bahwa :

For many business, choosing the right location is a key success factor. For retailers, wholesalers and services companies, the best location usually is one that is most convenient to their target customer²⁴.

Artinya, bagi banyak pemilik usaha, memilih lokasi yang tepat adalah faktor penentu kesuksesan. Bagi para peritel, grosir dan perusahaan jasa, lokasi terbaik biasanya adalah yang paling sesuai dengan target konsumen mereka.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa lokasi adalah tempat yang digunakan oleh perusahaan untuk kegiatan penyaluran produk dan pelayanan jasa kepada konsumen.

Menurut Tjiptono dalam bukunya Ivonne Wood, faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi adalah sebagai berikut:

- a. Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi.
- b. Visibilitas, lokasi atau tempat yang mudah dilihat dengan jelas oleh konsumen.
- c. Lalu lintas, menyangkut dua pertimbangan, banyaknya orang yang berlalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya suatu keputusan pembelian secara spontan, kepadatan kemacetan bisa pula menjadi hambatan.
- d. Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman.
- e. Ekspansi, tersedianya tempat yang luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
- f. Lingkungan, daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
- g. Komposisi, yaitu lokasi pesaing.
- h. Peraturan pemerintah²⁵.

²⁴ Thomas W. Zimmerer, Norman M. Scarborough, *Essentials Of Entrepreneurship And Small Business Management* (USA: Pearson Practice Hall, 2008), h. 143.

²⁵ Ivonne Wood, *Layanan Pelanggan Ed 1* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), h. 45.

Berdasarkan pendapat diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi, yaitu akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan, komposisi dan peraturan pemerintah.

Hal ini juga didukung oleh Kotler & Keller yang mengatakan bahwa faktor-faktor yang harus dipertimbangkan adalah menentukan lokasi antara lain:

- 1) Akses,
- 2) Visibilitas,
- 3) Tempat parkir yang luas dan aman,
- 4) Ekspansi,
- 5) Lingkungan²⁶.

Berdasarkan pendapat diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dalam menentukan lokasi, yaitu akses, visibilitas, tempat parkir, ekspansi dan lingkungan,

Menurut Paul dan Jerry, “*Great location provides easy for access to shops, attracting many consumers and change consumer behaviour significantly*”²⁷.

Artinya, lokasi yang bagus memudahkan akses ke toko, menarik banyak konsumen dan dapat mengubah pola belanja konsumen secara signifikan.

Berdasarkan pendapat diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa lokasi yang strategis akan memudahkan akses ke toko, menarik banyak konsumen dan dapat mengubah pola belanja konsumen secara signifikan.

²⁶ Philip Kotler and Keller, *op.cit.* h.25.

²⁷ Paul J. Peter & Jerry C. Olson, *Consumer Behaviour & Marketing Strategy* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), h. 268.

Basu Swastha mengatakan bahwa, “Lokasi adalah letak toko pengecer pada daerah yang strategis, sehingga dapat memaksimalkan laba”²⁸. Lalu menjelaskan bahwa “Penentuan lokasi dapat menentukan karakteristik calon pembeli atau pembeli potensial”²⁹.

Berdasarkan pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa lokasi yang strategis akan memaksimalkan laba dan dapat menentukan karakteristik calon pembeli atau pembeli potensial.

Selain itu, Kotler juga mengatakan bahwa “*One key to successful towards was location, location starts with choose community*”³⁰.

Artinya, salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas.

Berdasarkan pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa lokasi dapat menentukan keberhasilan sebuah perusahaan.

Berdasarkan teori di atas, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan lokasi dalam penelitian ini adalah letak yang strategis dari jangkauan konsumen meliputi transportasi, lokasi penjualan dan jarak antara lokasi toko dengan rumah.

Jadi, lokasi adalah tempat dimana perusahaan ritel melakukan operasi atau kegiatan usahanya.

Lokasi dapat diukur dengan beberapa indikator, yaitu indikator pertama adalah akses dengan subindikator pertama, mudah di jangkau sarana transportasi, dengan indikator kedua, yaitu visibilitas dengan

²⁸ Basu Swastha dan Irawan, *op.cit.* h.339.

²⁹ Basu Swastha, *Manajemen Penjualan* edisi ketiga (Yogyakarta: BPFE, 2004), h. 123.

³⁰ Philip Kotler and Keller, *op.cit.* h.30.

subindikator pertama mudah dilihat, dengan indikator ketiga, yaitu tempat parkir, indikator ke empat, yaitu komposisi dengan subindikator tempat usaha pesaing.

B. Hasil Penelitian Yang Relevan

Penelitian serupa pernah dilakukan oleh :

1. Chintya Armalinda dengan judul **“Pengaruh Produk Dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mini Market Lulu Mart Di Samarinda”**. *E-Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2016, ISSN : 2355-5408, hal. 415-425.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari produk dan lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada *minimarket* Lulu Mart. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan analisa data kuantitatif yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek dan subjek yang diteliti sesuai dengan kenyataan yang ada. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder dan data primer. Data primer, yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya, dimana untuk mendapatkan datanya peneliti harus mengumpulkannya secara langsung dan data sekunder yang dikumpulkan oleh pihak lain dan peneliti adalah pihak kedua yang menggunakan data tersebut. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi data yang diperoleh dari buku-buku, penelitian terdahulu dan *internet* mengenai fenomena-fenomena yang terjadi pada bisnis ritel. Teknik analis data menggunakan

uji validitas, realibilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji F dan uji T. Hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial variabel produk dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Minimarket Lulu Mart di Samarinda.

2. Junitrianto Kantohe, Merlyn Karuntu dengan judul "**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Berbelanja pada Fiesta Pasar Swalayan Manado**". Jurnal EMBA, Volume 02, 1 Maret 2014, ISSN: 2303-1174, hal. 66-745.

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui apakah faktor *Merchandise* (tampilan produk), *Price* (harga), *Location* (lokasi), *Atmosphere* (atmosfir), *Retail Service* (jasa ritel) *dan Promotion Mix* (bauran promosi) berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada Fiesta Pasar Swalayan Manado. Sampel yang diambil sebanyak 98 responden. Analisis data yang digunakan, yaitu regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui apakah faktor *Merchandise* (tampilan produk), *Price* (harga), *Location* (lokasi), *Atmosphere* (atmosfir), *Retail Service* (jasa ritel) *dan Promotion Mix* (bauran promosi) secara simultan, maupun parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanasi yang merupakan penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh variabel satu terhadap variabel lainnya. Subjek dalam penelitian ini adalah

konsumen Fiesta pasar swalayan Manado, sedangkan objek dalam penelitian ini adalah Fiesta pasar swalayan Manado. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan pendekatan *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik analisis data yang digunakan, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji f dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengujian secara parsial terhadap keragaman produk (*merchandise*) diperoleh hasil signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Syed Md Faisal Ali Khan, Dr. Divya Rana, Harpreet Singh dengan judul "*An Empirical Study of Organised Retailing Strategies in developing customer loyalty, changing purchase decision and developing satisfaction in Consumer of Indian Sub-Continent*". International Journal of multidisciplinary and Current Research, Volume 02, Maret 2014, ISSN: 2321-3124, hal. 247-253.

The objective is to examine the consumer buying behaviour and to identify the factors involving in purchasing decision in organized retail sector. Structured questionnaire with five point likert scale format were used in. The data was collected among 91 consumers in XX. Reliability and validity of the data was ensured at every stage. The descriptive statistics, one-way ANOVA, regression analysis was used to identify the consumer preference. The findings of the study indicated that consumer

demographics especially age, income, occupation significantly influence purchasing decision.

Artinya, tujuan penelitian ini adalah untuk menguji perilaku pembelian konsumen dan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang terlibat dalam keputusan pembelian di sektor ritel terorganisir. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner terstruktur dengan skala *Likert 5* poin. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarluaskan kuesioner ke 91 konsumen di XX. Reliabilitas dan validitas data tersebut dipastikan pada setiap tahap digunakan dalam analisa data. Statistik deskriptif, ANOVA, analisis regresi juga digunakan untuk mengidentifikasi preferensi konsumen dalam pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa demografi konsumen, terutama usia, pendapatan, pekerjaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Murwatiningsih dengan judul "***Empowering The Marketing Mix Toward Purchasing Decision Based On Consumers' Character At Traditional Markets In Semarang***". *International Journal of Business, Economics and Law*, Volume 4, ISSN: 2289-1552, hal. 154-160.

The objective of this study was to know direct and indirect influences of marketing mix, which consisted of product, price, place, promotion, personal traits and physical evidence variables toward purchasing decision based on consumers characters which consisted of cultural, social, personal, psychological variables at traditional markets in Semarang. The population of this study was all buyers/purchasers at

32 traditional markets in Semarang, which the total number was unknown. Since the exact number of total population was unknown, so it used accidental sampling technique to determine the number of respondents. The sampling technique of this study was proportional cluster random. The data were analyzed by multiple regression analysis and path analysis. The result of the research showed that there were direct and indirect influences of empowering the marketing mix, which consisted of product, price, place, promotion, personal traits and physical appearance variables toward the purchasing decision.

Artinya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung dari bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, sifat-sifat pribadi dan variabel bukti fisik terhadap keputusan pembelian berdasarkan konsumen karakter yang terdiri dari budaya, sosial, pribadi, psikologis variabel di pasar tradisional di Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pembeli / pembeli di 32 pasar tradisional di Semarang yang jumlahnya tidak diketahui. Karena jumlah yang tepat dari total populasi tidak diketahui, sehingga menggunakan teknik aksidental sampling untuk menentukan jumlah responden. Teknik pengambilan sampel dari penelitian ini adalah proporsional *cluster random* dan total responden 160 orang. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda dan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh langsung dan tidak langsung bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat,

promosi, sifat-sifat pribadi dan penampilan fisik terhadap keputusan pembelian.

Tabel II. 1. Matriks Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Judul	Peneliti	Variabel	Keragaman Produk	Lokasi	Keputusan Pembelian
1.	Pengaruh Produk Dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada <i>Mini Market</i> Lulu Mart Di Samarinda	Chyntia Amalinda	Produk (X1), Lokasi (X2), Keputusan pembelian (Y)		√	√
2.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Berbelanja pada Fiesta Pasar Swalayan Manado	Junitrianto Kantohe, Merlyn Karuntu	Keragaman produk (X1), Harga (X2), Lokasi (X3), Suasana toko (X4), Layanan eceran (X5), Bauran promosi (X6), Keputusan pembelian (Y)	√	√	√
3.	<i>An Empirical Study of Organised Retailing Strategies in developing customer loyalty, changing purchase decision and developing satisfaction in Consumer of Indian Sub-Continent</i>	Syedh Md Faisal Ali Khan, Dr. Divya Rana, Harpreet Singh	Kualitas (X1), Variasi produk (X2), Kesadaran merek (X3), Layanan (X4), Harga (X5), Keputusan pembelian (Y)	√		√
4.	<i>Empowering The Marketing Mix Toward Purchasing Decision Based On Consumers' Character At Traditional Markets In Semarang</i>	Murwatiningsih	Produk (X1), Harga (X2), Lokasi (X3), Promosi (X4), Keputusan pembelian (Y)		√	√

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

Tabel II. 2. Persamaan dan Perbandingan Penelitian

	Penelitian terdahulu (jurnal)	Yang digunakan peneliti
Jurnal 1		
Judul	“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Berbelanja pada Fiesta Pasar Swalayan Manado”. Jurnal EMBA, Volume 02, 1 Maret 2014, ISSN: 2303-1174, hal. 66-745.	Hubungan antara Keragaman Produk dan Lokasi dengan Keputusan Pembelian 7-Eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.
Tujuan	Mengetahui apakah faktor <i>Merchandise</i> (tampilan produk), <i>Price</i> (harga), <i>Location</i> (lokasi), <i>Atmosphere</i> (atmosfir), <i>Retail Service</i> (jasa ritel) dan <i>Promotion Mix</i> (bauran promosi) berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada Fiesta Pasar Swalayan Manado.	<ol style="list-style-type: none"> Mengetahui hubungan antara keragaman produk dengan keputusan pembelian 7-eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Mengetahui hubungan antara lokasi dengan keputusan pembelian 7-eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.
Populasi	Seluruh konsumen pada Fiesta Pasar Swalayan Manado	Seluruh Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta yang berjumlah 331
Sampel	98 responden	110 responden
Teknik Sampling	<i>Non-probability sampling</i>	<i>Purposive sampling</i>
Teknik Analisis Data	Regressi berganda	Regressi linier sederhana
Jurnal 2		
Judul	“Pengaruh Produk Dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mini	Hubungan antara Keragaman Produk dan Lokasi dengan

	Market Lulu Mart Di Samarinda”.	Keputusan Pembelian 7-Eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.
Tujuan	Mengetahui seberapa besar pengaruh dari produk dan lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada minimarket Lulu Mart.	<ol style="list-style-type: none"> Mengetahui hubungan antara keragaman produk dengan keputusan pembelian 7-eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Mengetahui hubungan antara lokasi dengan keputusan pembelian 7-eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.
Populasi	Seluruh pengunjung minimarket Lulu Mart	Seluruh Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta yang berjumlah 331
Sampel		110 responden
Teknik Sampling		<i>Purposive sampling</i>
Teknik Analisis Data	Regresi linier berganda	Regresi linier sederhana

Jurnal 3

Judul	“An Empirical Study of Organised Retailing Strategies in developing customer loyalty, changing purchase decision and developing satisfaction in Consumer of Indian Sub-Continent”. International Journal of multidisciplinary and Current Research, Volume 02, Maret 2014, ISSN: 2321-3124, hal. 247-253.	Hubungan antara Keragaman Produk dan Lokasi dengan Keputusan Pembelian 7-Eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.
Tujuan	Menguji perilaku pembelian konsumen dan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang terlibat dalam keputusan pembelian di sektor ritel terorganisir.	<ol style="list-style-type: none"> Mengetahui hubungan antara keragaman produk dengan keputusan pembelian 7-eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Mengetahui hubungan antara

		lokasi dengan keputusan pembelian 7-eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.
Populasi	105 konsumen	Seluruh Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta yang berjumlah 331
Sampel	91 responden	110 responden
Teknik Sampling	<i>Random sampling</i>	<i>Purposive sampling</i>
Teknik Analisis Data	Regresi linier berganda	Regresi linier sederhana

Jurnal 4

Judul	“Empowering The Marketing Mix Toward Purchasing Decision Based On Consumers’ Character At Traditional Markets In Semarang”. <i>International Journal of Business, Economics and Law</i> , Volume 4, ISSN: 2289-1552, hal. 154-160.	Hubungan antara Keragaman Produk dan Lokasi dengan Keputusan Pembelian 7-Eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.
Tujuan	Mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung dari bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, sifat-sifat pribadi dan variabel bukti fisik terhadap keputusan pembelian berdasarkan karakter konsumen yang terdiri dari budaya, sosial, pribadi, variabel psikologis di pasar tradisional di Semarang.	<ol style="list-style-type: none"> Mengetahui hubungan antara keragaman produk dengan keputusan pembelian 7-eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Mengetahui hubungan antara lokasi dengan keputusan pembelian 7-eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.
Populasi	Semua pembeli / pembeli di 32 pasar tradisional di Semarang yang jumlahnya tidak diketahui.	Seluruh Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Universitas di Negeri Jakarta yang berjumlah 331
Sampel	160 responden	110 responden
Teknik Sampling	<i>Proporsional cluster random</i>	<i>Purposive sampling</i>
Teknik Analisis	Regresi berganda	Regresi linier sederhana

Data		
------	--	--

C. Kerangka Teoretik

Keputusan pembelian merupakan proses interaksi psikologis dalam menyeleksi beberapa alternatif pilihan untuk memutuskan keputusan pembelian. Keragaman produk merupakan jenis dan ukuran produk yang variatif yang dijual oleh sebuah toko untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Keragaman produk menjadi daya tarik bagi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Ajay Shukla mengemukakan bahwa “*The assortment strategy translates a retailer’s understanding of the target customers and their needs, desires and other factors that influence the buying decisions into the guiding principles for choosing assortments*”³¹.

Artinya, keragaman produk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada sebuah peritel mengenai kebutuhan dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa, untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, perusahaan harus mengidentifikasi mengenai kebutuhan konsumen.

³¹ Ajay Shukla, op.cit., h.70.

Nandan Limakrisna mengemukakan bahwa “*Place* (Lokasi) dianggap sebagai suatu keputusan kritis yang harus diterapkan oleh manajer karena sangat mempengaruhi keputusan pembelian produk”³².

Dari pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa lokasi merupakan faktor penting yang akan dipertimbangkan oleh konsumen sebelum memutuskan untuk membeli produk.

Peter J. Paul mengatakan bahwa ”Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah konsumen yang besar dan cukup kuat untuk mengubah pola pembelian konsumen”³³.

Dari pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa lokasi yang strategis dapat menarik konsumen.

Fredrick G. Crane dalam bukunya *Marketing Entrepreneurs* mengatakan bahwa “*Location influences consumer purchase behavior*”³⁴.

Artinya, lokasi juga memberikan pengaruh kepada keputusan membeli konsumen, lalu menjelaskan bahwa “*Marketing mix influences are either the 5P's of a product-based venture (product, price, place, promotion and people)*”³⁵, artinya adalah bauran pemasaran yang mempengaruhi tersebut terdiri dari 5P, yaitu (Produk, harga, tempat, promosi dan orang).

³² Nandan Limakrisna, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 1 (Jakarta: Mitra media wacana, 2012), h. 65.

³³ Peter J. Paul dan Jerry C. Olson, *Consumer behavior: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Jilid 1. Edisi Keempat* (Jakarta: Erlangga, 2000)

³⁴ Frederick G. Crane, *Marketing Entrepreneurs* (USA : SAGE, 2012), h.74.

³⁵ *Ibid.*

Dari pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa lokasi merupakan salah satu unsur 5P dari *marketing mix* (bauran pemasaran) yang dapat mempengaruhi keputusan membeli konsumen.

Selain itu, Philip Kotler dan Kevin Lane Keller mengatakan bahwa:

Beberapa situasi pembelian ditentukan karakternya dengan keterlibatan rendah, tetapi perbedaan mereknya signifikan. Disini konsumen sering melakukan banyak peralihan merek, contohnya biskuit. Konsumen mempunyai beberapa keyakinan tentang biscuit, memilih merek tanpa banyak evaluasi dan mengevaluasi produk sepanjang konsumsi. Saat berikutnya, konsumen mungkin mengambil merek lain untuk mengetahui rasanya. Peralihan merek terjadi untuk mencari keragaman produk³⁶.

Dari pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa keragaman merek produk yang ditawarkan perusahaan dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

D. Perumusan Hipotesis

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

1. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara keragaman produk dengan keputusan pembelian.
2. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara lokasi dengan keputusan pembelian.

³⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, op.cit., h. 92.

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), serta dapat dipercaya dan diandalkan (reliabel) tentang :

1. Hubungan antara keragaman produk dengan keputusan pembelian.
2. Hubungan antara lokasi dengan keputusan pembelian.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian dilaksanakan di Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta yang beralamat di Jalan Rawamangun Muka, Pulogadung, Jakarta Timur 13220. Alasan peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut karena berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan bahwa di tempat tersebut terdapat masalah mengenai keputusan pembelian pada mahasiswa di *7-Eleven* Jalan Pemuda Rawamangun, Jakarta Timur. Selain itu, karena faktor keterjangkauan peneliti.

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 tertentu”³⁷. 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 buku Sugiyono mengatakan bahwa:

*Survey are quantitative beast. The survey ask many people (call respondent) about their belief, opinions, characteristic and past or present behavior. Survey are appropriate for research questions about self reported belief of behavior*³⁸.

Artinya, penelitian *survey* adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian *survey*, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian *survey* berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri.

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 3.

³⁸ *Ibid.*, h. 12.

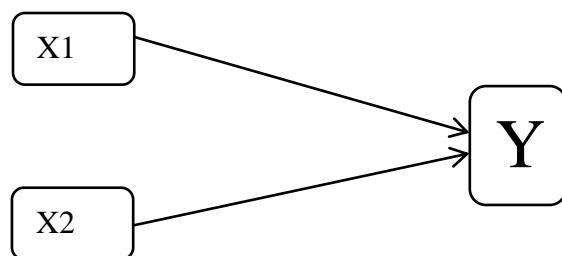
Sedangkan, pendekatan yang dilakukan adalah korelasional. Adapun alasan menggunakan pendekatan korelasional adalah untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa erat hubungan, serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Dengan pendekatan koresional dapat dilihat hubungan antara variabel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

2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa :

1. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara keragaman produk dengan keputusan pembelian.
2. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara lokasi dengan keputusan pembelian.

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



Keterangan:

Variabel Bebas (X1)	: Keragaman Produk
Variabel Bebas (X2)	: Lokasi
Variabel Terikat (Y)	: Keputusan Pembelian
—————→	: Arah Hubungan

D. Populasi dan Sampling

Populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”³⁹.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga (Angkatan 2013-2016) di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini didasarkan bahwa setelah melakukan *survey* awal melalui wawancara dan observasi langsung diketahui bahwa mahasiswa di seluruh angkatan tersebut banyak yang melakukan keputusan membeli di *7-Eleven* Jalan Pemuda Rawamangun Jakarta.

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”⁴⁰. Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*.

Sugiyono mengemukakan bahwa, “*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.”⁴¹.

Untuk penelitian ini sampel sumber datanya adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga (Angkatan 2013-2016) di Universitas

³⁹ *Ibid.*, h. 119.

⁴⁰ *Ibid.*, h. 120.

⁴¹ *Ibid.*, h. 126.

Negeri Jakarta yang memutuskan membeli di 7-Eleven Jalan Pemuda Rawamangun Jakarta yang berjumlah 110 orang.

Tabel III. 1. Sampel Final Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga

No.	Angkatan	Jumlah
1.	2013	50
2.	2014	36
3.	2015	16
4.	2016	8
Total		110

E. Teknik Pengumpulan Data

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

1. Keputusan Pembelian (Variabel Y)

a. Definisi Konseptual

Keputusan pembelian adalah proses penyelesaian masalah dalam menentukan produk yang akan konsumen beli.

b. Definisi Operasional

Keputusan pembelian dapat diukur dengan beberapa dimensi, yaitu, dimensi pertama adalah pengenalan kebutuhan dengan indikator pertama, yaitu rangsangan internal dengan subindikator diri sendiri; indikator kedua, yaitu rangsangan eksternal dengan subindikator pengaruh orang lain. Dimensi kedua adalah pencarian informasi dengan indikator pertama, yaitu sumber pribadi dengan subindikator pertama, yaitu teman, indikator yang kedua, yaitu sumber pengalaman

dengan subindikator, yaitu pernah membeli. Dimensi ketiga adalah evaluasi alternatif dengan indikator, yaitu memilih di antara dua atau lebih alternatif. Dimensi keempat adalah pembelian dengan indikatornya, yaitu membeli merek jasa yang disukai (toko ritel 7-Eleven).

c. Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 1.

Tabel III. 2. Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian (Variabel Y)

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Pengenalan kebutuhan	Rangsangan internal	Diri sendiri	1 4	6 9	9	1 4	6	1 4	6
	Rangsangan eksternal	Pengaruh orang lain	2	10		2	10	2	9

	Sumber pribadi	Teman	8 11 12	5 7 13		8 11 12	5 7 13	8 10 11	5 7 12
	Sumber pengalaman	Pernah membeli	3	14		14	14	3	13
Evaluasi alternatif	Memilih di antara dua atau lebih alternatif		15 18 20	17 21 22		15 18 20	17 21 22	14 17 18	16 19 20
Pembelian	Membeli merek yang disukai(toko ritel 7-Eleven)		16 24	19 23	19	16 24	23	15 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. 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.1 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.1. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Koperasi di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_i x_t}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}}^{42}$$

Dimana:

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

x_i = Deviasi skor butir dari X_i

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah

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

Sedangkan, jika $r_{hitung}<r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 8 halaman 97) dari 24 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 2 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 varianbutir dan varian total.

⁴² Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: Grasindo, 2008), h. 86.

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{43}$$

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:

$$Si^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}^{44}$$

Dimana:

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

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2 = 1,45$, $St^2 = 162,02$ dan r_{ii} sebesar 0,85286 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 11 halaman 100). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 22 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur keputusan pembelian.

⁴³Ibid., h. 89.

⁴⁴Sudjana, *Metoda Statistika* (Bandung : PT. Tarsito, 2005), h. 94.

2. Keragaman Produk (Variabel X1)

a. Definisi Konseptual

Keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk yang ditawarkan oleh peritel tertentu (*7-eleven*) kepada pembeli.

b. Definisi Operasional

Keragaman produk dapat diukur dengan beberapa indikator, dengan indikator pertamanya adalah variasi produk yang dangkal dengan subindikator pertamanya ialah hanya menjual sejumlah produk lini, dengan indikator kedua, yaitu variasi produk yang luas dengan subindikator berbagai lini produk diperjual belikan.

c. Kisi – Kisi Instrumen Keragaman Produk

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

Tabel III. 4. Kisi-Kisi Instrumen Keragaman Produk (Variabel X1)

Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Variansi produk yang dangkal	Hanya menjual sejumlah produk lini	1	3		1		1	
		2	6		2	3	2	3
		4	8		4	6	4	6
		7	10	10	7	8	7	8
		9	13	13	9	14	9	12
		11	14	18	11	16	10	14
		12	16		12	24	11	21
		15	18		15		13	
		22	24		22		19	
Variansi produk yang luas	Menjual berbagai lini produk	5	19		5	19	5	16
		17	20		17	20	15	17
		21	23		21	23	18	20

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 Keragaman Produk

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 Keragaman Produk

Proses pengembangan instrumen keragaman produk dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel keragaman produk terlihat pada Tabel III.3 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel keragaman produk.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel keragaman produk sebagaimana tercantum pada Tabel III.3. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Koperasi di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{ixt}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}}^{45}$$

Dimana:

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

⁴⁵ Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: Grasindo, 2008), h. 86.

$$\begin{aligned}x_i &= \text{Deviasi skor butir dari } X_i \\x_t &= \text{Deviasi skor dari } X_t\end{aligned}$$

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah

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

Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 14 halaman 103) dari 24 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 3 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 21 pernyataan.

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

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{46}$$

Dimana:

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

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

⁴⁶ *Ibid.*, h. 89.

$$Si^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}^{47}$$

Dimana:

$$\begin{aligned} Si^2 &= \text{Simpangan baku} \\ n &= \text{Jumlah populasi} \\ \sum X_i^2 &= \text{Jumlah kuadrat data } X \\ \sum X_i &= \text{Jumlah data} \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2 = 1,20$, $St^2 = 265,46$ dan r_{ii} sebesar 0,812 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 17 halaman 106). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 21 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur keragaman produk.

3. Lokasi (Variabel X2)

a. Definisi Konseptual

Lokasi adalah tempat dimana perusahaan ritel melakukan operasi atau kegiatan usahanya.

b. Definisi Operasional

Lokasi dapat diukur dengan beberapa indikator, yaitu indikator pertama adalah akses dengan subindikator pertama, mudah dijangkau sarana transportasi, dengan indikator kedua, yaitu visibilitas dengan subindikator pertama mudah dilihat, dengan indikator ketiga, yaitu tempat parkir, indikator ke empat,

⁴⁷ Sudjana, *loc.cit.*

yaitu komposisi dengan subindikator tempat usaha pesaing, dengan indikator ke lima, peraturan Pemerintah.

c. Kisi – Kisi Instrumen Lokasi

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

Tabel III. 6. Kisi-Kisi Instrumen Lokasi (Variabel X2)

Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		<i>Drop</i>	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Akses	Mudah di jangkau sarana transportasi	2	4		2	4	2	4
		3	6		3	6	3	6
		10	8		10	8	9	7
		20	11		20	11	18	10
Visibilitas	Mudah dilihat	22	24		22	24	20	21
		1	7	7	1	14	1	13
		13	14	23	13	16	12	14
		19	16		19		17	

		21	23		21		19	
Tempat Parkir	-	5 9	15 17	15	5 9	17	5 8	15
Komposisi	Tempat usaha pesaing	18	12		18	12	16	11

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 Lokasi

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 Lokasi

Proses pengembangan instrumen lokasi dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel lokasi terlihat pada Tabel III.5 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel lokasi.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel lokasi sebagaimana tercantum pada Tabel III.5. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Koperasi di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi.

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

$$rit = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}}^{48}$$

Dimana:

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

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel}=0,361$ jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-drop. Berdasarkan perhitungan(proses perhitungan

⁴⁸ Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: Grasindo, 2008), h. 86.

terdapat pada lampiran 20 halaman 109) dari 24 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 3 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 21 pernyataan.

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

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum st^2}{st^2} \right]^{49}$$

Dimana:

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

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

$$St^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}^{50}$$

Dimana:

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

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $St^2=0,53$, $St^2=156,43$ dan r_{ii} sebesar 0,804 (proses perhitungan terdapat pada

⁴⁹ *Ibid.*, h. 89.

⁵⁰ Sudjana, *loc.cit.*

lampiran 23 halaman 112). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 21 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur lokasi.

F. Teknik Analisis Data

Pengolahan data penelitian ini menggunakan program aplikasi *Microsoft Excel* 2010. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y Atas X

Sebelum data yang diperoleh dipakai dalam perhitungan, data tersebut diuji terlebih dahulu untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji *Liliefors*, pada taraf signifikan (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 ($Y - \hat{Y}$).

2. Uji Linieritas Regresi

Pengujian linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian dengan *Microsoft Excel 2010* menggunakan *Test of Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. “Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05”⁵¹.

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.

3. 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:

$$\hat{Y} = a + bX_i \quad ^{52}$$

Keterangan:

⁵¹ Kadir dan Djaali, *Statistika Terapan : Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian* (Depok : PT. Rajagrafindo Persada, 2015), h. 180.

⁵² Sudjana, *Ibid.*, h. 347.

\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

4. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan keragaman produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) dan pengaruh lokasi (X2) terhadap 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 pengaruh variabel X1 terhadap variabel Y (besar kecilnya pengaruh antara kedua variabel) dan variabel X2 terhadap variabel Y (besar kecilnya pengaruh antara kedua variabel), maka menghitung r_{xy} dapat menggunakan rumus

Product Moment dan *Karl Pearson*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}^{53}$$

Dimana :

r_{xy} = Tingkat keterkaitan hubungan

⁵³ Sugiyono, *op.cit.*, h. 255.

Σx = Jumlah skor dalam sebaran X

Σy = Jumlah skor dalam sebaran Y

c. Uji-t

Menurut Soepomo, “Uji-t digunakan sebagai alat analisis data, dapat dipakai untuk menguji satu sampel atau dua sampel”⁵⁴. Pengujian hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji koefisien regresi secara parsial (Uji-t) dengan menggunakan *Microsoft Excel* 2010. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan keragaman produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) dan pengaruh lokasi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).

t_{hitung} dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

t_{hitung} = Skor signifikan koefisien korelasi

r_{xy} = Koefisien korelasi product moment

n = banyaknya sampel/data

Selanjutnya Sugiyono menambahkan, kriteria pengujinya sebagai berikut:

a. Jika probabilitas > 0,05 Ho diterima

b. Jika probabilitas < 0,05 Ho ditolak ⁵⁶.

⁵⁴ Bambang Soepomo, *Statistik Terapan : Dalam Penelitian Ilmu – Ilmu Sosial & Pendidikan* (Jakarta, Rineka Cipta, 2000), h. 134.

⁵⁵ Sugiyono, *op.cit.*, h. 243.

⁵⁶ *Ibid.*

5. Perhitungan Koefisien Determinasi

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

Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$KD = r_{xy}^2$$
⁵⁷

Dimana:

KD = Koefisien Determinasi

r_{xy} = Koefisien Korelasi *Product Moment*

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 231.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

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

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

1. Data Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian memiliki 24 pernyataan dalam instrumen penelitian yang telah melalui proses validasi dan reliabilitas. Instrumen terbagi ke dalam empat dimensi. Dimensi pertama adalah pengenalan kebutuhan dengan indikator pertama, yaitu rangsangan internal dengan subindikator diri sendiri; indikator kedua, yaitu rangsangan eksternal dengan subindikator pengaruh orang lain. Dimensi kedua adalah pencarian informasi dengan indikator pertama, yaitu sumber pribadi

dengan subindikator pertama, yaitu teman, indikator yang kedua, yaitu sumber pengalaman dengan subindikator, yaitu pernah membeli. Dimensi ketiga adalah evaluasi alternatif dengan indikator, yaitu memilih di antara dua atau lebih alternatif. Dimensi keempat adalah pembelian dengan indikatornya, yaitu membeli merek jasa yang disukai (toko ritel 7-Eleven). Data keputusan pembelian diperoleh melalui pengisian instrumen penelitian, berupa kuesioner dengan model Skala *Likert* yang diisi oleh 110 mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta sebagai responden.

Berdasarkan pengelolaan data, diperoleh skor terendah 67 dan skor tertinggi adalah 105, jumlah skor adalah 9593, sehingga rata-rata skor keputusan pembelian (Y) yaitu sebesar 87,21, varians (S^2) sebesar 85,45, dan simpangan baku (S) sebesar 9,24 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 31 hal 134).

Distribusi frekuensi data keputusan pembelian dapat dilihat pada table IV.1, dimana rentang skor adalah 38, banyak kelas adalah 8 dan panjang interval adalah 5 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 33 hal 138).

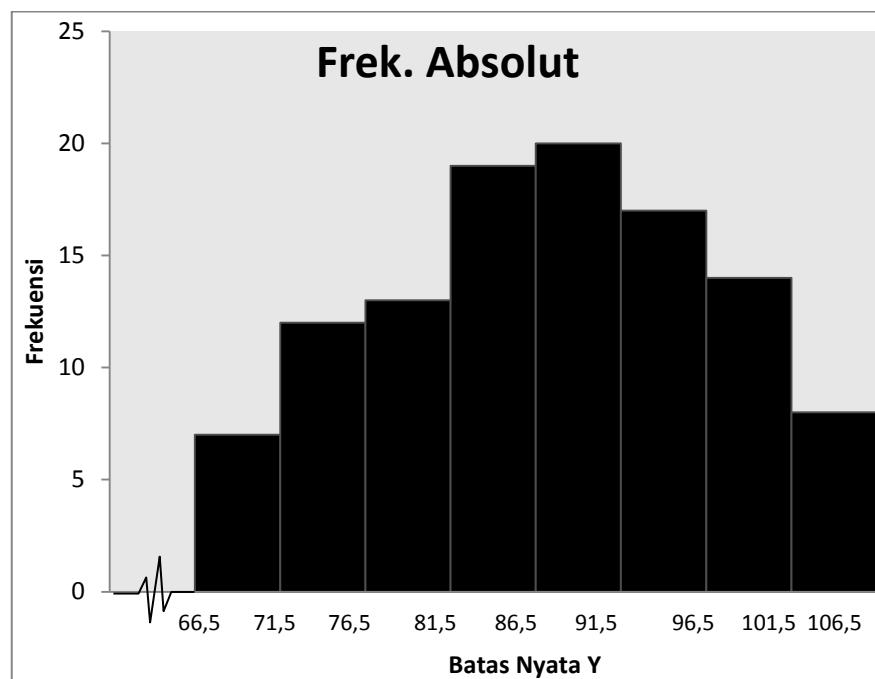
Tabel IV. 1. Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
67	-	71	66.5	71.5	7	6.4%
72	-	76	71.5	76.5	12	10.9%
77	-	81	76.5	81.5	13	11.8%
82	-	86	81.5	86.5	19	17.3%
87	-	91	86.5	91.5	20	18.2%
92	-	96	91.5	96.5	17	15.5%
97	-	101	96.5	101.5	14	12.7%
102		106	101.5	106.5	8	7.3%
Jumlah					110	100%

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan table IV. 1, dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel keputusan pembelian, yaitu 20 yang terletak pada interval ke-5 yakni antara 87-91 dengan frekuensi relatif sebesar 18,2%. Sementara frekuensi terendahnya, yaitu 7 yang terletak pada interval ke-1, yakni antara 67-71 dengan frekuensi relatif yaitu sebesar 6,4%.

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 dan sub indikator diri sendiri, yaitu sebesar 17,27%. Selanjutnya, dimensi pembelian dengan indikator membeli merek yang disukai (toko ritel *7-Eleven*), yaitu sebesar 17%. Kemudian dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator rangsangan eksternal dan sub indikator pengaruh orang lain, yaitu sebesar 16,81%. Selanjutnya dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber pengalaman dan sub indikator pernah membeli, yaitu sebesar 16,70%. Selanjutnya indikator pencarian informasi dengan indikator sumber pribadi dan sub indikator teman, yaitu sebesar 16,25%. Kemudian dimensi evaluasi alternatif dengan indikator memilih diantara dua atau lebih alternatif, yaitu sebesar

16%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada table IV. 2 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 51 hal 164).

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	17.27%
	Rangsangan Ekternal	Pengaruh Orang Lain	2 soal	16.81%
Pencarian Informasi	Sumber Pribadi	Teman	6 Soal	16.25%
	Sumber Pengalaman	Pernah Membeli	2 Soal	16.70%
Evaluasi Alternatif	Memilih diantara dua / lebih alternatif	-	6 Soal	16%
Pembelian	Membeli merek yang disukai(toko ritel 7-Eleven)	-	3 Soal	17%
	Total Skor			100%

2. Data Keragaman Produk

Keragaman produk memiliki 24 pernyataan dalam instrumen penelitian yang telah melalui proses validasi dan reliabilitas. Instrumen terbagi ke dalam dua dimensi. Dimensi pertama adalah variasi produk yang dangkal dengan subindikator pertamanya ialah hanya menjual sejumlah produk lini, dengan indikator kedua, yaitu variasi produk yang luas dengan subindikator berbagai lini produk diperjual belikan.

Data keragaman produk diperoleh melalui pengisian instrumen penelitian, berupa kuesioner dengan model Skala *Likert* yang diisi oleh 110 mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta sebagai responden.

Berdasarkan pengelolaan data, diperoleh skor terendah 59 dan skor tertinggi adalah 97, jumlah skor adalah 8573, sehingga rata-rata skor keragaman produk (X_1) yaitu sebesar 77,94, varians (S^2) sebesar 87,44, dan simpangan baku (S) sebesar 9,35 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 31 hal 134).

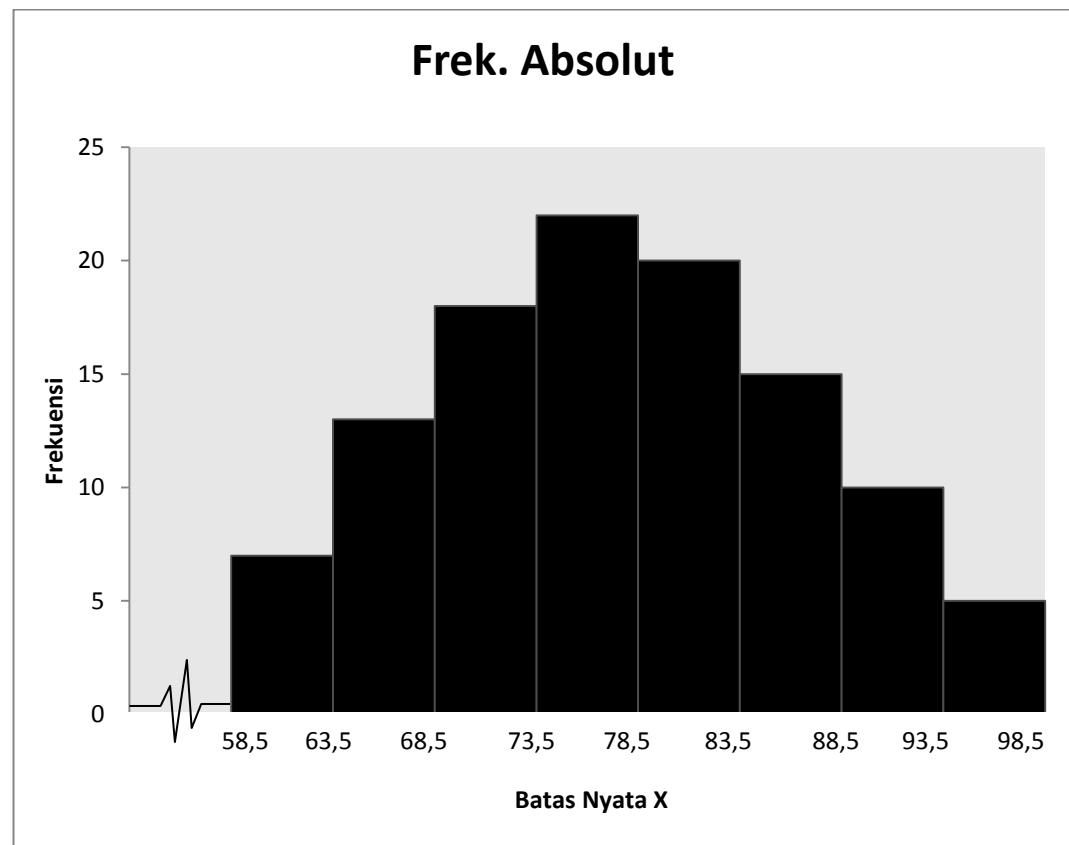
Distribusi frekuensi data keragaman produk dapat dilihat pada table IV.1, dimana rentang skor adalah 38, banyak kelas adalah 8 dan panjang interval adalah 5 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 34 hal 139).

Tabel IV. 3. Distribusi Frekuensi Keragaman Produk

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
59	-	63	58.5	63.5	7	6.4%
64	-	68	63.5	68.5	13	11.8%
69	-	73	68.5	73.5	18	16.4%
74	-	78	73.5	78.5	22	20.0%
79	-	83	78.5	83.5	20	18.2%
84	-	88	83.5	88.5	15	13.6%
89	-	93	88.5	93.5	10	9.1%
94	-	98	93.5	98.5	5	4.5%
Jumlah					110	100%

Berdasarkan tabel IV. 1, dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel keragaman produk, yaitu 22 yang terletak pada interval ke-4 yakni antara 74-78 dengan frekuensi relatif sebesar 20%. Sementara frekuensi terendahnya, yaitu 5 yang terletak pada interval ke-8, yakni antara 94-98 dengan frekuensi relatif yaitu sebesar 4,5%.

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



Gambar IV. 2. Grafik Histogram Keragaman Produk

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel keragaman produk terlihat bahwa indikator yang memiliki

skor tertinggi adalah dimensi variasi produk yang dangkal dengan indikator hanya menjual sejumlah lini produk, yaitu sebesar 50,24%. Selanjutnya, dimensi variasi produk yang luas dengan indikator berbagai lini produk diperjual belikan, yaitu sebesar 49,76%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada table IV. 2 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 52 hal 165).

Tabel IV 4. Rata-rata Hitung Skor Indikator Keragaman Produk

Indikator	Sub Indikator	Jumlah Soal	Persentase
Variasi produk yang dangkal	Hanya menjual sejumlah produk lini	15 Soal	50.24%
Variasi produk yang luas	Berbagai lini produk diperjual belikan	6 soal	49.76%
Total Skor			100%

3. Data Lokasi

Lokasi memiliki 24 pernyataan dalam instrumen penelitian yang telah melalui proses validasi dan reliabilitas. Instrumen terbagi ke dalam empat dimensi. Dimensi pertama akses dengan subindikator pertama, mudah dijangkau sarana transportasi, dengan indikator kedua, yaitu visibilitas dengan subindikator pertama mudah dilihat, dengan indikator ketiga, yaitu tempat parkir, indikator ke empat, yaitu komposisi dengan subindikator tempat usaha pesaing.

Data lokasi diperoleh melalui pengisian instrumen penelitian, berupa kuesioner dengan model Skala *Likert* yang diisi oleh 110 mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta sebagai responden.

Berdasarkan pengelolaan data, diperoleh skor terendah 62 dan skor tertinggi adalah 99, jumlah skor adalah 8654, sehingga rata-rata skor lokasi (X_2) yaitu sebesar 78,67, varians (S^2) sebesar 82,83, dan simpangan baku (S) sebesar 9,10 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 56 hal 175).

Distribusi frekuensi data lokasi dapat dilihat pada table IV.1, dimana rentang skor adalah 37, banyak kelas adalah 8 dan panjang interval adalah 5 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 58 hal 179).

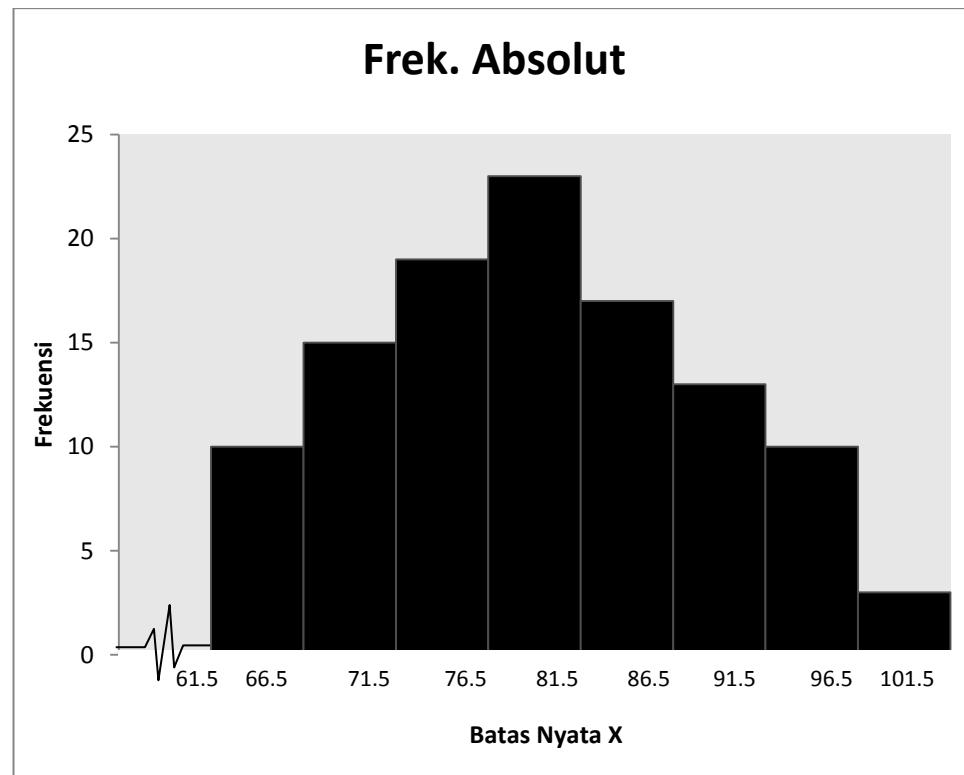
Tabel IV. 5. Distribusi Frekuensi Lokasi

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
62	-	66	61.5	66.5	10	9.1%
67	-	71	66.5	71.5	15	13.6%
72	-	76	71.5	76.5	19	17.3%
77	-	81	76.5	81.5	23	20.9%
82	-	86	81.5	86.5	17	15.5%
87	-	91	86.5	91.5	13	11.8%
92	-	96	91.5	96.5	10	9.1%
97	-	101	96.5	101.5	3	2.7%

Jumlah					110	100%
--------	--	--	--	--	-----	------

Berdasarkan tabel IV. 1, dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel lokasi, yaitu 23 yang terletak pada interval ke-4 yakni antara 77-81 dengan frekuensi relatif sebesar 20,9%. Sementara frekuensi terendahnya, yaitu 3 yang terletak pada interval ke-8, yakni antara 97-101 dengan frekuensi relatif yaitu sebesar 2,7%.

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



Gambar IV. 3. Grafik Histogram Lokasi

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel lokasi terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator akses dengan indikator mudah dijangkau sarana

transportasi, yaitu sebesar 25,40%. Selanjutnya, indikator visibilitas dengan sub indikator mudah dilihat, yaitu sebesar 25%. Kemudian indikator tempat parkir, yaitu sebesar 25%. Selanjutnya indikator komposisi sub indikator tempat usaha pesaing, yaitu sebesar 24%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada table IV. 2 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 74 hal 203).

Tabel IV. 6. Rata-rata Hitung Skor Indikator Lokasi

Indikator	Sub Indikator	Jumlah Soal	Presentase
Akses	Mudah dijangkau sarana transportasi	10 Soal	25.40 %
Visibilitas	Mudah dilihat	6 Soal	25 %
Tempat Parkir	-	3 Soal	25 %
Komposisi	Tempat usaha pesaing	2 Soal	24 %
Total Skor			100 %

B. Pengujian Hipotesis

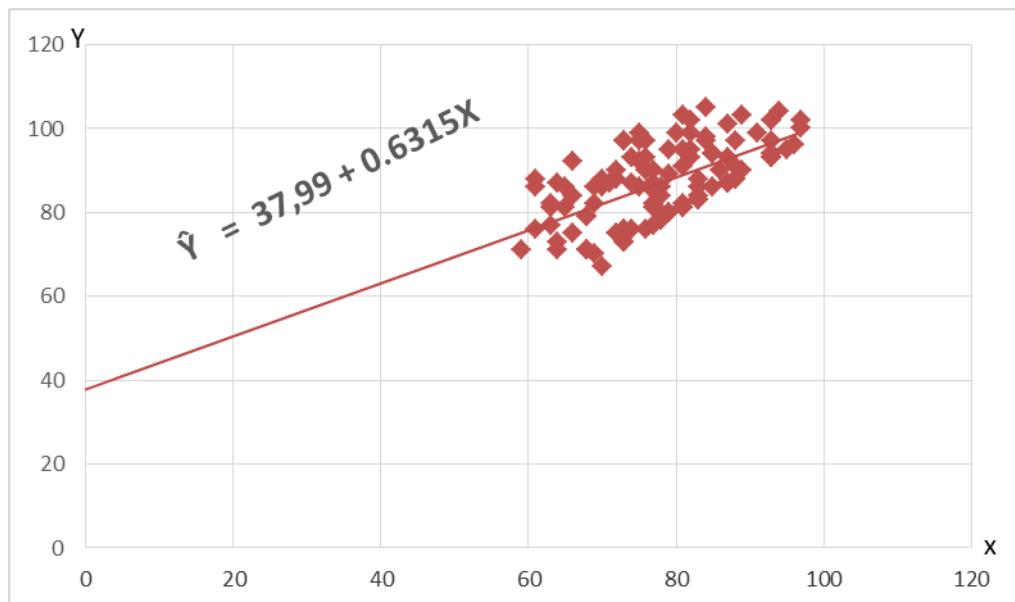
1. Persamaan Garis Regresi

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

a. Persamaan Garis Regresi Keragaman Produk dengan Keputusan Pembelian

Analisis regresi linier sederhana terhadap pasangan data penelitian antara keragaman produk dengan keputusan pembelian menghasilkan koefisien arah regresi sebesar 0,6315 dan menghasilkan konstanta sebesar 37,99 dengan demikian, bentuk hubungan antara variabel keragaman produk dengan keputusan pembelian memiliki persamaan regresi $\hat{Y} = 37,99 + 0,6315X_1$. Selanjutnya, persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor keragaman produk (X_1) akan mengakibatkan kenaikan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,6315 skor pada konstanta 37,99 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 37 hal 142).

Persamaan garis regresi $\hat{Y} = 37,99 + 0,6315X_1$ dapat digambarkan pada grafik berikut ini.

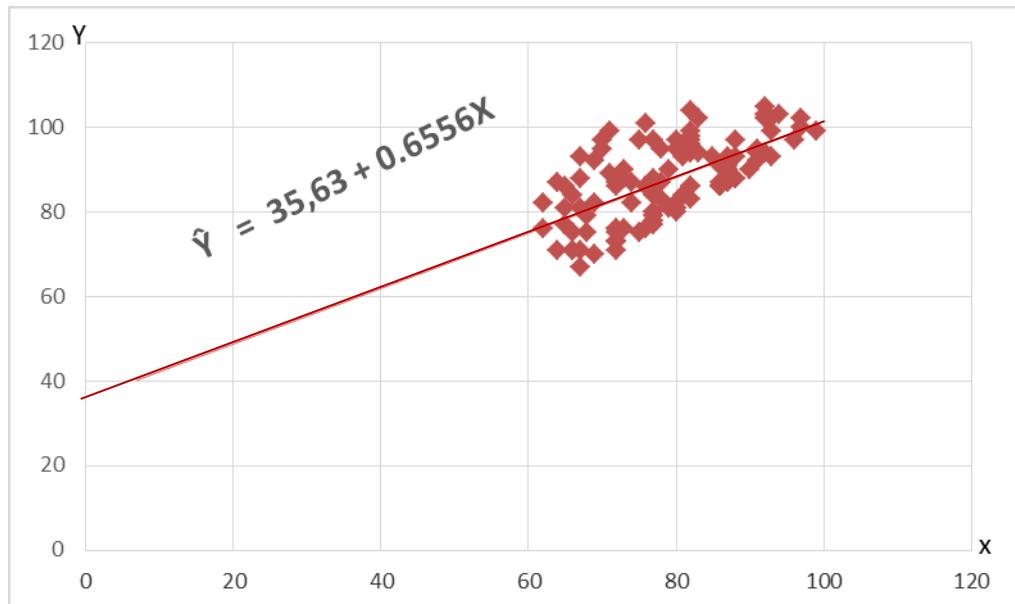


Gambar IV. 4. Grafik Hubungan antara Keragaman Produk dengan Keputusan Pembelian Persamaan Regresi $\hat{Y} = 37,99 + 0,6315X_1$

b. Persamaan Garis Regresi Lokasi dengan Keputusan Pembelian

Analisis regresi linier sederhana terhadap pasangan data penelitian antara lokasi dengan keputusan pembelian menghasilkan koefisien arah regresi sebesar 0,6556 dan menghasilkan konstanta sebesar 35,63 dengan demikian, bentuk hubungan antara variabel lokasi (X_2) dengan keputusan pembelian (Y) memiliki persamaan regresi $\hat{Y} = 35,63 + 0,6556X_2$. Selanjutnya, persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor lokasi (X_2) akan mengakibatkan kenaikan terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,6556 skor pada konstanta 35,63 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 60 hal 181).

Persamaan garis regresi $\hat{Y} = 35,63 + 0,6556X_2$ dapat digambarkan pada grafik berikut ini:



Gambar IV. 5. Grafik Hubungan antara Lokasi dengan Keputusan Pembelian Persamaan Regresi $\hat{Y} = 35,63 + 0,6556X$

2. Pengujian Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X

1). Y atas X₁

Dalam perhitungan pengujian persyaratan analisis dilakukan untuk menguji apakah galat taksiran regresi keputusan pembelian (Y) atas keragaman produk (X₁) berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas galat taksiran regresi Y atas X₁ dilakukan dengan uji *Liliefors* pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$), untuk sampel sebanyak 110 orang dengan kriteria pengujian berdistribusi normal apabila $L_{\text{hitung}} (L_0) < L_{\text{tabel}} (L_t)$ dan jika sebaliknya, maka galat taksiran regresi Y atas X₁ tidak berdistribusi normal.

Hasil perhitungan uji *Liliefors* menyimpulkan bahwa taksiran regresi Y atas X_1 berdistribusi normal. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil perhitungan $L_0 = 0,0764$ sedangkan $L_t = 0,0844$ ini berarti $L_0 < L_t$ (perhitungan terdapat pada lampiran 41 hal. 173), artinya data berdistribusi normal.

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

No	Galat	L_0	L_t	Keputusan	Keterangan
1.	Y atas X_1	0,0764	0,0844	Terima H_0	Normal

2). Y atas X_2

Dalam perhitungan pengujian persyaratan analisis dilakukan untuk menguji apakah galat taksiran regresi keputusan pembelian (Y) atas lokasi (X_2) berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas galat taksiran regresi Y atas X_2 dilakukan dengan uji *Liliefors* pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$), untuk sampel sebanyak 110 orang dengan kriteria pengujian berdistribusi normal apabila $L_{\text{hitung}} (L_0) < L_{\text{tabel}} (L_t)$ dan jika sebaliknya, maka galat taksiran regresi Y atas X_2 tidak berdistribusi normal.

Kemudian, untuk hasil perhitungan uji *Liliefors* menyimpulkan bahwa taksiran regresi Y atas X_2 berdistribusi normal. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil perhitungan $L_0 = 0,0795$ sedangkan $L_t = 0,0844$ ini berarti $L_0 < L_t$ (perhitungan terdapat pada lampiran 64 hal. 209), artinya ialah data berdistribusi

normal. Untuk lebih jelasnya, hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel IV. 7 sebagai berikut:

Tabel IV. 8. Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X2

No	Galat	L_0	L_t	Keputusan	Keterangan
1.	Y atas X_2	0,0795	0,0844	Terima H_0	Normal

b. Uji Linieritas Regresi

1). Linieritas atas Keragaman Produk dengan Keputusan Pembelian

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

Tabel distribusi F yang digunakan untuk mengukur linieritas regresi Y atas X_1 dengan dk pembilang ($k-2$) = 32 dan dk penyebut ($n-k$) 76 dengan taraf signifikan 0,05, diperoleh $F_{hitung} = 1,34$ sedangkan $F_{tabel} = 1,98$. Ini berarti $F_{hitung} < F_{tabel}$, yang berarti regresi linier (perhitungan terdapat pada lampiran 46 hal 159).

2). Linieritas atas Lokasi dengan Keputusan Pembelian

Selanjutnya, tabel distribusi F yang digunakan untuk mengukur linieritas regresi Y atas X_2 dengan dk pembilang ($k-2$) = 31 dan dk penyebut ($n-k$) = 77 dengan taraf signifikan 0,05 diperoleh $F_{hitung} = 1,21$ sedangkan $F_{tabel} = 1,98$. Ini berarti $F_{hitung} < F_{tabel}$, yang berarti regresi linier (perhitungan terdapat pada lampiran 69 hal 198).

3. Pengujian Hipotesis Penelitian

a. Uji Keberartian Regresi

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

Untuk perhitungan Y atas X_1 diperoleh F_{hitung} sebesar 74,45 dan F_{tabel} sebesar 3,91. Hal ini dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, yang artinya pengujian ini dinyatakan bahwa memiliki regresi yang berarti. (perhitungan terdapat pada lampiran 45 hal 158).

Selanjutnya, untuk perhitungan Y atas X_2 diperoleh F_{hitung} sebesar 77,11 dan F_{tabel} sebesar 3,91. Hal ini dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, yang artinya pengujian ini dinyatakan bahwa memiliki regresi yang berarti (perhitungan terdapat pada lampiran 68 hal 197).

b. Uji Koefisien Korelasi

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

Hasil perhitungan koefisie korelasi antara keragaman produk dengan keputusan pembelian diperoleh koefisien sederhana $r_{x2y} = 0,639$ (proses perhitungan dapat dilihat pada lampiran 48 hal 161).

Kemudian, untuk hasil perhitungan koefisien korelasi lokasi dengan keputusan pembelian diperoleh koefisien korelasi sederhana $r_{x_2y} = 0,645$ (proses perhitungan dapat dilihat pada lampiran 71 hal 200).

c. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji signifikansi parsial dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) mempunyai pengaruh yang nyata atau signifikan dengan variabel dependen (Y), pengujian dilakukan dengan menggunakan uji t pada taraf signifikansi 0,05. kriteria pengujiannya adalah H_0 diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka koefisien dinyatakan signifikan dan H_0 ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka koefisien dinyatakan tidak signifikan.

Berdasarkan pengujian signifikansi antara keragaman produk dengan keputusan pembelian diperoleh $t_{hitung} = 8,628 > t_{tabel} = 1,66$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien adalah signifikan. Artinya, dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara keragaman produk dengan keputusan pembelian.

Selanjutnya, berdasarkan pengujian koefisien signifikansi antara lokasi dengan keputusan pembelian diperoleh $t_{hitung} = 8,781 > t_{tabel} = 1,66$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien adalah signifikan. Artinya, yaitu dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara lokasi dengan keputusan pembelian.

d. Uji Koefisien Determinasi

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

Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi $r_{x1y} = 0,639^2 = 0,4020$ yang artinya bahwa sebesar 40,20% keputusan pembelian 7-Eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. ditentukan oleh keragaman produk (perhitungan terdapat pada lampiran 50 hal 151).

Berkutnya, berdasarkan perhitungan koefisien determinasi $r_{x2y} = 0,645^2 = 0,4166$ yang artinya bahwa sebesar 41,66% keputusan pembelian 7-Eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. ditentukan oleh lokasi (perhitungan terdapat pada lempiran 73 hal 202).

C. Pembahasan

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

Dari perhitungan yang telah dijelaskan dapat diinterpretasikan bahwa keragaman produk mempengaruhi keputusan pembelian atau semakin banyak berbagai lini produk yang di perjual belikan khususnya, maka

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

Penelitian sebelumnya yang relevan (Junitrianto Kantohe, Merlyn Karuntu, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Berbelanja pada Fiesta Pasar Swalayan Manado". Jurnal EMBA, Volume 02, 1 Maret 2014, ISSN: 2303-1174) merupakan pendukung untuk melakukan penelitian ini. Dengan demikian, hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu menyatakan bahwa penelitian ini berhasil menguji hipotesis, dimana sama seperti 2 peneliti terdahulu. Penelitian yang dilakukan ini menunjukkan bahwa koefisien korelasi $r_{xy} = 0,639$. Koefisien tersebut menunjukkan arah kedua kedua variabel adalah korelasi positif. Kemudian dari hasil perhitungan uji keberartian koefisien korelasi (uji-t) diperoleh $t_{hitung} = 8,628 > t_{tabel} = 1,66$ 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) = 108. Jika H_0 ditolak, maka koefisien korelasi signifikan, sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang positif antara keragaman produk dengan keputusan pembelian.

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

Dari perhitungan tersebut maka dapat diinterpretasikan bahwa lokasi mempengaruhi keputusan pembelian atau semakin strategis lokasi usaha yang ditentukan, maka semakin tinggi pula keputusan untuk melakukan pembelian 7-Eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian sebelumnya yang relevan (Chintya Armalinda, “Pengaruh Produk Dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada *Mini Market Lulu Mart Di Samarinda*”. *E-Journal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2016, ISSN : 2355-5408) merupakan pendukung untuk melakukan penelitian ini. Dengan demikian, hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menyatakan bahwa penelitian ini berhasil menguji hipotesis, dimana sama seperti 2 penelitian terdahulu. Penelitian yang peneliti lakukan ini menunjukkan bahwa koefisien korelasi $r_{xy} = 0,645$. Koefisien tersebut menunjukkan arah kedua variabel adalah korelasi positif. Dari hasil perhitungan uji keberartian koefisien korelasi (uji-t) diperoleh $t_{hitung} = 8,781 > t_{tabel} = 1,66$ dengan kriteria koefisien korelasi dinyatakan signifikan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$. Koefisien korelasi di uji pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) dengan derajat kebebasan ($dk = 105$). Jika H_0 ditolak, maka koefisien korelasi signifikan, sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang positif antara lokasi dengan keputusan pembelian.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

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

1. Terdapat hubungan yang positif antara keragaman produk dengan keputusan pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y} = 37,99 + 0,6315X_1$ menunjukkan bahwa setiap satu skor keragaman produk (variabel X_1), maka akan mengakibatkan kenaikan satu skor pada keputusan pembelian (variabel Y) sebesar 0,6315 pada konstanta 37,99. Keputusan pembelian ditentukan oleh keragaman produk sebesar 40,20% dan sisanya 59,08% ditentukan oleh faktor lain, seperti harga dan lokasi.
2. Terdapat hubungan yang positif antara lokasi dengan keputusan pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y} = 35,63 + 0,6556X_2$ menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor lokasi (variabel X_2), maka akan mengakibatkan kenaikan satu skor pada keputusan pembelian (variabel Y) sebesar 0,6556 pada konstanta 35,63.

Keputusan pembelian ditentukan oleh lokasi sebesar 41,66% dan sisanya 58,34% ditentukan oleh faktor lain, seperti harga dan keragaman produk.

B. Implikasi

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

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel keputusan pembelian terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator rangsangan internal dan sub indikator diri sendiri, yaitu sebesar 17,27%. Selanjutnya, dimensi pembelian dengan indikator membeli merek yang disukai(toko ritel *7-Eleven*), yaitu sebesar 17%. Kemudian dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator rangsangan eksternal dan sub indikator pengaruh orang lain, yaitu sebesar 16,81%. Selanjutnya dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber pengalaman dan sub indikator pernah membeli, yaitu sebesar 16,70%. Selanjutnya indikator

pencarian informasi dengan indikator sumber pribadi dan sub indikator teman, yaitu sebesar 16,25%. Kemudian dimensi evaluasi alternatif dengan indikator memilih diantara dua atau lebih alternatif, yaitu sebesar 16%.

Dari hasil pengelolaan data, *7-Eleven* Jalan Pemuda seharusnya menaruh perhatian lebih besar pada indikator yang rendah agar dapat dilakukan perbaikan-perbaikan untuk kedepannya, seperti indikator terendah variabel keputusan pembelian, yaitu dimensi evaluasi alternatif dengan indikator memilih diantara dua/lebih, untuk variabel keragaman produk indikator terendahnya adalah indikator variasi produk yang luas dan untuk variabel lokasi indikator terendahnya adalah komposisi dengan subindikator tempat usaha pesaing. Selain itu, *7-Eleven* Jalan Pemuda harus tetap mempertahankan indikator yang mempunyai skor tertinggi, sehingga keputusan untuk melakukan pembelian dapat terwujud dengan maksimal.

C. Saran

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

1. *7-Eleven* Jalan Pemuda sebaiknya lebih memperhatikan keragaman produk, terutama keragaman produk makanan dan minuman. Sehingga

dapat meningkatkan kepercayaan konsumen untuk melakukan pembelian.

2. *7-Eleven* Jalan Pemuda sebaiknya lebih meningkatkan aspek visibilitas yang memudahkan konsumen untuk melihat lokasi toko, sehingga konsumen dapat tertarik untuk melakukan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Bernard, T. Widjaja. *Life Style Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Djaali dan Pudji Muljono. *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: Grasindo, 2008.
- Frederick G. Crane. *Marketing Entrepreneurs*. USA : SAGE, 2012.
- Harper W. Boyd and Orville C. Walker. *Marketing Management: A Strategic Approach*. Tokyo: Toppan Co, 1992.
- James, L. Burrow dan Aubrey R. Fowler. *Marketing, Fourth Edition*. Boston: South-Western Cengage Learning, 2012.
- John C. Mowen dan Michael Minor. *Perilaku Konsumen Jilid 2 Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga, 2002.
- Kadir dan Djaali. *Statistika Terapan : Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*. Depok : PT. Rajagrafindo Persada, 2015.
- Kotler, Philip and Keller. *Marketing Management, Edisi 12*. New Jersey: Pearson Education, 2007.
- Kotler, Philip. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control, 9th edition* . New Jersey : Prentice-Hall International, 1997.
- Laksana, Fajar. *Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis, Edisi Pertama Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk. *Consumer Behavior*. Canada : Pearson Prentice Hall, 2004.
- Limakrisna, Nandan. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 1. Jakarta: Mitra media wacana, 2012.
- Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi kedua*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Nugroho, J. Setiadi. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana, 2008.

- Paul J. Peter & Jerry C. Olson. *Consumer Behaviour & Marketing Strategy*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Peter J. Paul dan Jerry C. Olson. *Consumer behavior: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Jilid 1. Edisi Keempat*. Jakarta: Erlangga, 2000.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks, 2009.
- Pontas M. Pardede. *Manajemen Operasi dan Produksi :Teori, Model dan Kebijakan*. Yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- Prakashan, Nirali. *Retail And Distribution Management First Edition*. Mumbai: Pragati, 2006.
- Shukla, Ajay. *Retail Merchandising*. New Delhi: Tata McGraw Hill, 2010.
- Soepomo, Bambang. *Statistik Terapan : Dalam Penelitian Ilmu – Ilmu Sosial & Pendidikan*. Jakarta, Rineka Cipta, 2000.
- Sudjana. *Metoda Statistika*. Bandung : PT. Tarsito, 2005.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Suharno dan Yudi Sutarso. *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001.
- Swastha, Basu dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty, 2008.
- Swastha, Basu. *Manajemen Penjualan* edisi ketiga. Yogyakarta: BPFE, 2004.
- Thomas W. Zimmerer, Norman M. Scarborough. *Essentials Of Entrepreneurship And Small Business Management*. USA: Pearson Practice Hall, 2008.
- Wood, Ivonne. *Layanan Pelanggan Edisi 1*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.

Jurnal:

Chintya Armalinda, “Pengaruh Produk Dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada *Mini Market* Lulu Mart Di Samarinda”. *E-Journal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2016, ISSN : 2355-5408.

Junitrianto Kantohe, Merlyn Karuntu, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Berbelanja pada Fiesta Pasar Swalayan Manado”. *Jurnal EMBA*, Volume 02, 1 Maret 2014, ISSN: 2303-1174.

Syed Md Faisal Ali Khan, Dr. Divya Rana, Harpreet Singh, “*An Empirical Study of Organised Retailing Strategies in developing customer loyalty, changing purchase decision and developing satisfaction in Consumer of Indian Sub-Continent*”. *International Journal of multidisciplinary and Current Research*, Volume 02, Maret 2014, ISSN: 2321-3124.

Murwatiningsih, “*Empowering The Marketing Mix Toward Purchasing Decision Based On Consumers’ Character At Traditional Markets In Semarang*”. *International Journal of Business, Economics and Law*, Volume 4, ISSN: 2289-1552.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1



Survey Awal Penelitian

Responden yang terhormat,

Saya Dedi Aryadi Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga 2013 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sedang Melakukan Survey Awal untuk Penelitian Skripsi Saya yang Berjudul Hubungan Antara Keragaman Produk dan Lokasi dengan Keputusan Pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Mohon untuk mengisi survey berikut dengan sebenar-benarnya dan Saya membutuhkan bantuan Anda untuk mengisi kuesioner ini.

Terima Kasih.

* Wajib

Nama Lengkap *

Nomor Registrasi *

Alamat E-mail *

Nomor Handphone *

Program Studi dan Angkatan *

- A. Pendidikan Tata Niaga 2013
- B. Pendidikan Tata Niaga 2014
- C. Pendidikan Tata Niaga 2015
- D. Pendidikan Tata Niaga 2016

Apakah Anda pernah membeli di *7-Eleven* Jalan Pemuda? *

- A. Ya
- B. Tidak

Jika tidak, berikan alasan Anda?

- A. Lokasi tidak strategis
- B. Produk tidak variatif/beragam
- C. Kedua nya benar

KUESIONER UJICOBA

Responden yang terhormat,

Saya mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, memohon kesedian Anda untuk ikut berpartisipasi dalam penelitian saya yang berjudul “Hubungan Antara Keragaman Produk dan Lokasi dengan Keputusan Pembelian 7-Eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Di Universitas Negeri Jakarta”. Untuk itu, saya sangat mengharapkan kerjasama Anda untuk memberikan jawaban atas pernyataan – pernyataan di dalam kuesioner ini. Informasi yang diperoleh nantinya akan diolah dan dipergunakan semata – mata hanya untuk kepentingan akademis.

I. PETUNJUK PENGISIAN

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

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

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

II. IDENTITAS RESPONDEN

NAMA RESPONDEN :

NO. TELEPON :

III. DAFTAR PERNYATAAN

I. VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

NO.	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya memiliki keinginan untuk membeli produk di 7-Eleven.					
2.	Teman saya menyarankan untuk membeli produk di 7-Eleven.					

3.	Saya pernah membeli produk di <i>7-Eleven</i> .					
4.	Saya memutuskan membeli di <i>7-Eleven</i> .					
5.	Saya mengetahui produk <i>7-Eleven</i> dari kakak saya.					
6.	Saya memiliki keinginan untuk membeli produk di Indomaret.					
7.	Menurut teman saya <i>7-Eleven</i> merupakan tempat yang salah untuk berbelanja					
8.	Saya mengetahui produk <i>7-Eleven</i> dari teman saya.					
9.	Saya memutuskan membeli di Indomaret.					
10.	Teman saya menyarankan untuk membeli produk di <i>Alfamart</i> .					
11.	Menurut teman saya <i>7-Eleven</i> merupakan tempat yang tepat untuk berbelanja.					
12.	Teman saya merekomendasikan saya untuk membeli di <i>7-Eleven</i> .					
13.	Teman saya merekomendasikan saya untuk membeli di Indomaret.					
14.	Saya tidak bersedia membeli produk di <i>7-Eleven</i>					
15.	Saya lebih memilih <i>7-Eleven</i> dibandingkan <i>Alfamart</i> .					
16.	Saya senang membeli produk di <i>7-Eleven</i> .					
17.	Saya lebih memilih <i>Indomaret</i> daripada <i>7-Eleven</i> .					
18.	Saya memilih <i>7-Eleven</i> sebagai alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan					
19.	Saya kecewa membeli produk di <i>7-Eleven</i> .					
20.	Saya lebih memilih <i>7-Eleven</i> dibandingkan <i>Indomaret</i> .					
21.	Saya lebih memilih <i>Alfamart</i> dibandingkan <i>7-Eleven</i> .					
22.	Saya memilih Indomaret sebagai alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan.					
23.	Saya membutuhkan waktu yang lama untuk memutuskan membeli di <i>7-Eleven</i> .					
24.	Saya membutuhkan waktu yang singkat untuk memutuskan membeli di <i>7-Eleven</i> .					

KUESIONER UJICOBA

Responden yang terhormat,

Saya mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, memohon kesedian Anda untuk ikut berpartisipasi dalam penelitian saya yang berjudul “Hubungan Antara Keragaman Produk dan Lokasi dengan Keputusan Pembelian 7-Eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Di Universitas Negeri Jakarta”. Untuk itu, saya sangat mengharapkan kerjasama Anda untuk memberikan jawaban atas pernyataan – pernyataan di dalam kuesioner ini. Informasi yang diperoleh nantinya akan diolah dan dipergunakan semata – mata hanya untuk kepentingan akademis.

I. PETUNJUK PENGISIAN

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

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

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

II. IDENTITAS RESPONDEN

NAMA RESPONDEN :

NO. TELEPON :

III. DAFTAR PERNYATAAN

II. KERAGAMAN PRODUK (X1)

NO.	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1.	Produk yang dijual <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda lengkap.					
2.	Produk yang ditawarkan <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda berkualitas bagus.					
3.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda menyediakan produk minuman yang terbatas.					
4.	Produk yang disediakan <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda sesuai kebutuhan konsumen					
5.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda menyediakan produk dari berbagai macam merek perusahaan.					
6.	Produk yang dijual <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda terbatas.					
7.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda menyediakan produk khusus (<i>slurpee</i>) yang mudah ditemui.					
8.	Produk yang disediakan <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda tidak diinginkan oleh konsumen.					
9.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda menyediakan produk minuman yang beragam (air mineral, dan lain-lain).					
10.	Produk yang ditawarkan <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda berkualitas rendah.					
11.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda menyediakan produk-produk lama (keju gratis sepas pelanggan).					
12.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda menyediakan produk makanan yang beragam.					
13.	Tidak ada produk khusus (<i>slurpee</i>) yang sulit ditemui di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda.					
14.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda menyediakan produk-produk terbaru (Saus keju tidak gratis)					
15.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda menyediakan produk-produk yang halal.					
16.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda menjual produk yang tidak baik (rokok).					
17.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda menyediakan jenis produk kebutuhan sehari-hari yang beragam (sabun dan lain-lain).					

18.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda menyediakan produk makanan yang terbatas.				
19.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda hanya menyediakan produk dari sebagian merek perusahaan tertentu.				
20.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda tidak menyediakan produk detergen.				
21.	Variasi ukuran produk yang ditawarkan di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda lengkap				
22.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda hanya menjual sebagian produk yang bermerek <i>7-Eleven</i> itu sendiri.				
23.	Variasi ukuran produk yang ditawarkan di <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda terbatas.				
24.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda banyak menjual produk bermerek <i>7-Eleven</i> itu sendiri.				

KUESIONER UJICOBA

Responden yang terhormat,

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

I.PETUNJUK PENGISIAN

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

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

Sangat Tidak Setuju : (STS)

Tidak setuju : (TS)

Ragu – ragu : (RR)

Setuju : (S)

Sangat setuju : (SS)

II.IDENTITAS RESPONDEN

NAMA RESPONDEN :

NO. TELEPON :

III.DAFTAR PERNYATAAN

3. LOKASI (X2)

NO.	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1.	Bangunan <i>7-Eleven</i> besar.					
2.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda dilewati kendaraan umum.					
3.	Toko <i>7-Eleven</i> jalan pemuda dekat dari halte <i>busway</i> Sunan Giri.					
4.	Toko <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda jauh dari tempat tinggal saya.					
5.	Halaman parkir <i>7-Eleven</i> luas.					
6.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda sulit dijangkau.					
7.	Papan nama <i>7-Eleven</i> sulit terlihat.					
8.	Toko <i>7-Eleven</i> jalan pemuda jauh dari halte <i>busway</i> Sunan Giri.					
9.	Saya merasa kendaraan yang berada di tempat parkir dijaga dengan baik.					
10.	Toko <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda dekat dengan tempat tinggal saya.					
11.	Tidak ada kendaraan umum yang melewati <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda.					
12.	Tidak ada toko sejenis di sekeliling <i>7-Eleven</i> .					
13.	Papan nama <i>7-Eleven</i> terlihat dengan jelas.					
14.	Pintu masuk <i>7-Eleven</i> menyulitkan saya untuk masuk toko.					
15.	Halaman parkir <i>7-Eleven</i> sempit.					
16.	Bangunan <i>7-Eleven</i> kecil.					
17.	Saya merasa kendaraan yang berada di tempat parkir tidak aman.					
18.	<i>7-Eleven</i> dikelilingi oleh toko sejenis.					
19.	Pintu masuk <i>7-Eleven</i> memudahkan saya untuk masuk toko.					
20.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda mudah dijangkau					
21.	Saya melihat pintu masuk <i>7-Eleven</i> nyaman untuk keluar <i>7-Eleven</i> .					
22.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda dekat dari fasilitas umum.					
23.	Saya tidak melihat pintu masuk <i>7-Eleven</i> nyaman untuk keluar <i>7-Eleven</i> .					
24.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda jauh dari fasilitas umum.					

SKOR UJI COBA INSTRUMEN
VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)

No. Resp.	Butir Pernyataan																								ΣX_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	X_t	X_t^2	
1	5	3	5	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	1	4	3	4	3	5	88	7744	
2	5	5	4	3	4	2	5	4	2	1	5	4	3	3	3	5	2	2	4	2	3	3	4	81	6561		
3	4	5	5	2	2	3	4	5	3	2	4	3	2	3	3	4	5	4	2	4	4	4	5	3	81	6561	
4	5	4	4	2	1	2	4	3	4	1	4	4	3	3	4	5	4	5	4	2	3	3	4	80	6400		
5	5	4	4	3	2	2	1	2	4	4	4	4	4	4	2	1	3	4	4	4	3	2	2	74	5476		
6	4	4	2	3	3	4	3	2	2	4	4	3	2	1	5	4	2	3	4	4	3	3	3	75	5625		
7	4	4	3	3	1	4	4	2	5	5	1	1	3	4	1	1	5	1	3	2	5	4	4	3	73	5329	
8	5	5	1	5	4	3	2	2	5	3	1	5	5	3	2	5	4	3	2	1	2	1	5	1	75	5625	
9	2	3	3	2	5	1	1	4	3	3	2	1	4	5	4	3	3	4	5	5	4	1	4	75	5625		
10	3	4	5	5	1	2	2	4	3	3	2	2	1	5	4	1	3	3	4	5	1	4	5	1	75	5625	
11	1	1	3	4	2	2	1	1	3	2	5	4	3	2	1	2	3	3	4	5	4	3	1	65	4225		
12	4	1	1	2	3	4	5	4	4	5	2	1	2	5	4	3	2	1	5	4	3	3	3	74	5476		
13	5	5	4	5	3	4	3	2	1	4	5	4	5	5	4	3	2	5	5	4	5	4	5	3	96	9216	
14	5	4	4	3	3	4	4	2	2	5	4	2	5	4	2	5	4	1	2	3	5	4	5	5	90	8100	
15	3	1	4	5	3	2	3	3	4	3	5	5	4	2	1	3	3	4	4	4	5	5	4	5	3	82	6724
16	5	3	4	5	4	3	5	4	2	5	3	4	4	5	5	5	5	1	3	5	5	4	4	4	97	9409	
17	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	109	11881	
18	5	3	5	4	3	2	5	3	2	3	4	2	3	4	5	1	4	5	5	3	4	5	3	86	7396		
19	4	5	5	3	3	4	5	3	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	3	3	5	4	5	2	98	9604	
20	2	3	1	5	4	4	2	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	1	80	6400	
21	2	3	5	4	5	5	4	4	4	1	5	5	4	2	4	3	5	4	5	4	4	4	4	5	96	9216	
22	2	2	3	4	3	4	3	4	2	2	4	4	3	2	3	4	4	2	4	4	3	4	4	4	78	6084	
23	5	5	4	4	5	3	4	5	4	3	5	5	4	3	5	5	4	5	5	2	4	4	5	5	104	10816	
24	5	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	93	8649	
25	3	5	4	2	3	1	4	2	4	2	1	4	4	4	4	3	1	4	4	3	3	5	4	78	6084		
26	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	115	13225	
27	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	105	11025		
28	4	4	3	3	4	4	4	4	3	5	5	4	4	5	5	5	4	2	5	4	4	4	4	5	101	10201	
29	2	2	4	2	3	4	4	3	5	4	2	3	3	2	5	4	4	2	1	3	3	4	2	75	5625		
30	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	113	12769	
ΣX_i	116	107	113	112	100	99	107	99	109	102	107	117	112	101	115	116	119	94	100	114	119	115	116	103	2612	232696	
ΣX_i^2	492	431	469	452	370	363	427	371	437	400	423	495	454	379	485	496	505	350	378	470	501	463	486	411			

LAMPIRAN 7

PERHITUNGAN ANALISIS BUTIR VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)

Beserta contoh perhitungan untuk butir 1

1. Kolom SX_i = Jumlah butir ke satu

$$\begin{aligned} SX_i &= 5 + 5 + 4 + 5 + \dots + 5 \\ &= 116 \end{aligned}$$

2. Kolom SX_t = Jumlah total butir dari setiap responden

$$\begin{aligned} SX_t &= 88 + 81 + 81 + 80 + \dots + 113 \\ &= 2612 \end{aligned}$$

3. Kolom SX_t^2

$$\begin{aligned} SX_t^2 &= 88^2 + 81^2 + 81^2 + 80^2 + \dots + 113^2 \\ &= 232696 \end{aligned}$$

4. Kolom SX_i^2

$$\begin{aligned} SX_i^2 &= 5^2 + 5^2 + 4^2 + 5^2 + \dots + 5^2 \\ &= 492 \end{aligned}$$

5. Kolom $SX_i \cdot X_t$

$$\begin{aligned} SX_i \cdot X_t &= 440 + 405 + 324 + 400 + \dots + 565 \\ &= 10287 \end{aligned}$$

6. Kolom Sx_i^2

$$\begin{aligned} Sx_i^2 &= SX_i^2 - \frac{(SX_i)^2}{n} \\ &= 492 - \frac{116^2}{30} \\ &= 43.467 \end{aligned}$$

7. Kolom $Sx_i \cdot x_t$

$$\begin{aligned} Sx_i \cdot x_t &= SX_i \cdot X_t - \frac{(SX_i)(SX_t)}{n} \\ &= 10287 - \frac{116 \times 2612}{30} \\ &= 187.27 \end{aligned}$$

8. Kolom Sx_t^2

$$\begin{aligned} Sx_t^2 &= SX_t^2 - \frac{(SX_t)^2}{n} \\ &= 232696 - \frac{2612^2}{30} \\ &= 5277.87 \end{aligned}$$

9. Kolom r_{hitung}

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

$$\sqrt{\frac{187.27}{43.467 \quad 5277.87}} = 0.391$$

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	116	492	10287	43.47	187.27	5277.9	0.391	0.361	VALID
2	107	431	9523	49.37	206.87	5277.9	0.405	0.361	VALID
3	113	469	10098	43.37	259.47	5277.9	0.542	0.361	VALID
4	112	452	9928	33.87	176.53	5277.9	0.418	0.361	VALID
5	100	370	8982	36.67	275.33	5277.9	0.626	0.361	VALID
6	99	363	8796	36.30	176.40	5277.9	0.403	0.361	VALID
7	107	427	9597	45.37	280.87	5277.9	0.574	0.361	VALID
8	99	371	8947	44.30	327.40	5277.9	0.677	0.361	VALID
9	109	437	9585	40.97	94.73	5277.9	0.204	0.361	DROP
10	102	400	9119	53.20	238.20	5277.9	0.450	0.361	VALID
11	107	423	9502	41.37	185.87	5277.9	0.398	0.361	VALID
12	117	495	10442	38.70	255.20	5277.9	0.565	0.361	VALID
13	112	454	9962	35.87	210.53	5277.9	0.484	0.361	VALID
14	101	379	8971	38.97	177.27	5277.9	0.391	0.361	VALID
15	115	485	10267	44.17	254.33	5277.9	0.527	0.361	VALID
16	116	496	10335	47.47	235.27	5277.9	0.470	0.361	VALID
17	119	505	10589	32.97	228.07	5277.9	0.547	0.361	VALID
18	94	350	8484	55.47	299.73	5277.9	0.554	0.361	VALID
19	100	378	8876	44.67	169.33	5277.9	0.349	0.361	DROP
20	114	470	10085	36.80	159.40	5277.9	0.362	0.361	VALID
21	119	501	10518	28.97	157.07	5277.9	0.402	0.361	VALID
22	115	463	10202	22.17	189.33	5277.9	0.554	0.361	VALID
23	116	486	10311	37.47	211.27	5277.9	0.475	0.361	VALID
24	103	411	9290	57.37	322.13	5277.9	0.585	0.361	VALID

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

No.	Respon	Butir Pernyataan																				ΣX_i	ΣX_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	5	3	5	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	5	83	6889
2	5	5	4	3	4	2	5	4	1	5	4	3	3	3	3	5	2	4	2	3	3	4	77	5929
3	4	5	5	2	2	3	4	5	2	4	3	2	3	3	3	4	2	4	4	4	5	3	76	5776
4	5	4	4	2	1	2	4	3	1	4	5	3	3	4	5	5	4	3	2	3	3	4	74	5476
5	5	4	4	3	2	2	1	2	4	4	3	3	4	4	4	2	1	3	4	4	3	2	66	4356
6	4	4	2	3	3	4	3	3	2	4	4	3	2	1	5	4	2	4	4	3	3	3	70	4900
7	4	4	3	3	1	4	4	2	5	1	1	3	4	1	1	5	1	1	5	4	4	3	65	4225
8	5	5	1	5	4	3	2	2	3	1	5	5	3	2	5	4	3	1	2	1	5	1	68	4624
9	2	3	3	2	5	1	1	3	3	2	1	4	5	4	3	3	5	5	5	4	1	4	67	4489
10	3	3	4	5	5	1	2	2	3	3	2	2	1	5	5	4	1	3	4	5	1	4	68	4624
11	1	1	3	4	2	2	1	1	2	5	4	5	3	2	1	2	3	4	5	4	3	1	59	3481
12	4	1	1	2	3	4	5	4	5	2	1	2	5	4	3	2	1	4	3	3	3	3	65	4225
13	5	5	4	5	3	4	3	2	4	5	4	5	5	5	4	3	5	5	4	5	3	93	8649	
14	5	4	4	3	3	4	4	2	5	4	5	4	2	5	5	4	1	3	5	4	5	5	86	7396
15	3	1	4	5	3	2	3	3	4	3	5	5	4	2	1	3	3	4	4	5	5	3	75	5625
16	5	3	4	5	4	3	5	4	5	3	4	4	5	5	5	1	5	5	4	4	4	4	92	8464
17	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	99	9801
18	5	3	5	4	3	2	5	3	2	3	4	5	1	4	5	5	3	5	3	4	4	1	79	6241
19	4	5	5	3	3	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5	5	3	5	4	5	2	92	8464	
20	2	3	1	5	4	4	2	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	1	72	5184
21	2	3	5	4	5	5	4	4	1	5	5	4	2	4	3	5	4	4	5	4	4	5	87	7569
22	2	2	3	4	3	4	2	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	74	5476
23	5	5	4	4	5	3	4	5	4	3	5	5	4	3	5	5	4	2	4	5	5	5	105	11025
24	5	2	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	2	85	7225
25	3	5	4	2	3	1	4	2	2	1	4	4	4	4	4	3	1	4	3	3	5	4	70	4900
26	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	11025
27	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	9216	
28	4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	94	8836
29	2	2	4	2	3	4	4	3	4	2	3	3	2	5	4	4	4	1	3	3	4	2	68	4624
30	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	104	10816
ΣX_i	116	107	113	112	100	99	107	99	102	107	117	112	101	115	116	119	94	114	119	115	116	103	2403	197341
ΣX_i^2	492	431	469	452	370	363	427	371	400	423	495	454	379	485	496	505	350	470	501	463	486	411		
	1.4489	1.646	1.4456	1.1289	1.2222	1.21	1.512	1.4767	1.773	1.3789	1.29	1.1956	1.2989	1.4722	1.58222	1.0989	1.8489	1.2267	0.966	0.739	1.2489	1.912		

**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	116	492	9487	43.47	195.40	4860.7	0.425	0.361	VALID
2	107	431	8778	49.37	207.30	4860.7	0.423	0.361	VALID
3	113	469	9308	43.37	256.70	4860.7	0.559	0.361	VALID
4	112	452	9144	33.87	172.80	4860.7	0.426	0.361	VALID
5	100	370	8262	36.67	252.00	4860.7	0.597	0.361	VALID
6	99	363	8092	36.30	162.10	4860.7	0.386	0.361	VALID
7	107	427	8844	45.37	273.30	4860.7	0.582	0.361	VALID
8	99	371	8240	44.30	310.10	4860.7	0.668	0.361	VALID
9	102	400	8387	53.20	216.80	4860.7	0.426	0.361	VALID
10	107	423	8774	41.37	203.30	4860.7	0.453	0.361	VALID
11	117	495	9628	38.70	256.30	4860.7	0.591	0.361	VALID
12	112	454	9173	35.87	201.80	4860.7	0.483	0.361	VALID
13	101	379	8250	38.97	159.90	4860.7	0.367	0.361	VALID
14	115	485	9454	44.17	242.50	4860.7	0.523	0.361	VALID
15	116	496	9533	47.47	241.40	4860.7	0.503	0.361	VALID
16	119	505	9762	32.97	230.10	4860.7	0.575	0.361	VALID
17	94	350	7803	55.47	273.60	4860.7	0.527	0.361	VALID
18	114	470	9291	36.80	159.60	4860.7	0.377	0.361	VALID
19	119	501	9683	28.97	151.10	4860.7	0.403	0.361	VALID
20	115	463	9386	22.17	174.50	4860.7	0.532	0.361	VALID
21	116	486	9502	37.47	210.40	4860.7	0.493	0.361	VALID
22	103	411	8560	57.37	309.70	4860.7	0.586	0.361	VALID

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

No.	Varians
1	1.45
2	1.65
3	1.45
4	1.13
5	1.22
6	1.21
7	1.51
8	1.48
9	1.77
10	1.38
11	1.29
12	1.20
13	1.30
14	1.47
15	1.58
16	1.10
17	1.85
18	1.23
19	0.97
20	0.74
21	1.25
22	1.91
$\sum Si^2$	30.12

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

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

$$= \frac{492 - \frac{116^2}{30}}{30} = 1.45$$

2. Menghitung varians total

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

$$= \frac{197341 - \frac{2403^2}{30}}{30} = 162.02$$

3. Menghitung Reliabilitas

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

$$= \frac{22}{21} \left(1 - \frac{\frac{30.12}{162.02}}{} \right)$$

$$= 0.85286$$

Kesimpulan

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

SKOR UJI COBA INSTRUMEN VARIABEL XI (KERAGAMAN PRODUK) VARIABEL X (KERAGAMAN PRODUK)

No.	Resp.	Butir Pernyataan																							
		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	3	4	2	3	3	4	2	4	3	3	4	2	4	3	4	5	3	3	4	5	4	5	3	83
2	5	4	5	4	5	4	3	5	4	2	3	3	2	1	4	5	4	3	4	5	2	4	5	3	89
3	3	3	3	4	1	3	4	3	3	4	1	1	3	3	2	3	4	2	3	2	3	2	3	3	66
4	5	5	4	5	5	3	3	3	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	5	4	5	3	2	89	7921
5	2	3	1	3	3	4	2	3	4	2	3	3	4	3	2	3	5	2	1	2	3	3	3	67	4489
6	4	3	2	3	3	2	4	5	3	2	2	4	5	3	1	2	2	4	3	1	2	1	2	2	65
7	4	5	2	3	4	3	3	1	2	4	5	4	1	1	2	2	3	4	2	4	1	3	4	4	71
8	4	5	5	3	2	4	5	5	1	3	4	5	5	3	4	5	5	3	2	4	4	5	5	3	94
9	5	5	5	4	4	3	4	5	2	2	3	3	5	3	3	4	3	3	5	3	5	5	4	93	8836
10	5	4	4	4	5	5	4	4	1	5	4	3	4	4	4	3	1	3	5	4	4	5	3	92	8649
11	1	3	4	5	2	4	3	4	1	3	3	1	4	2	5	5	3	3	2	2	3	3	3	3	72
12	3	1	2	1	3	2	1	3	4	3	2	2	4	3	2	3	2	3	3	3	4	2	2	2	63
13	3	4	3	4	5	1	4	1	1	3	2	2	4	3	2	4	3	2	3	1	1	3	3	3	65
14	2	1	3	2	2	3	3	3	2	3	2	1	3	1	1	2	3	3	2	1	1	2	3	2	51
15	5	4	4	3	4	5	5	4	1	5	4	4	5	5	1	2	3	3	5	5	3	5	3	5	96
16	5	5	3	3	3	2	3	4	5	2	3	4	5	4	3	3	4	2	4	2	4	2	4	2	81
17	5	5	3	4	4	4	2	1	3	3	1	4	2	3	3	4	4	3	4	3	3	4	5	5	94
18	5	5	5	5	5	2	3	4	4	4	3	3	4	4	2	3	3	2	3	2	2	4	2	81	6084
19	4	3	4	4	3	2	4	3	1	3	2	3	2	1	2	2	3	3	2	3	1	3	3	4	65
20	4	5	2	3	2	3	4	3	3	4	5	4	5	3	4	4	3	5	4	5	4	5	4	5	9216
21	4	4	3	2	4	2	3	3	3	4	3	3	1	4	3	3	2	3	3	4	2	3	4	73	5329
22	3	4	4	4	5	5	3	5	4	2	5	2	5	3	4	4	2	5	4	5	4	5	5	5	94
23	5	5	1	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	2	2	5	3	5	5	4	4	4	5	104
24	5	4	4	3	5	4	5	4	4	4	2	3	4	4	4	5	2	5	4	4	4	5	5	5	97
25	4	4	3	4	5	5	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	103
26	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	114
27	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	114
28	5	3	3	4	5	5	3	4	4	2	5	4	3	5	5	4	2	5	5	4	5	5	4	99	9801
29	3	2	2	4	5	5	2	2	2	5	1	3	3	3	5	4	2	2	5	4	3	1	4	74	5476
30	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	2	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	112
ΣX_i	122	117	101	115	114	105	108	96	93	112	92	104	98	102	111	104	97	105	104	103	105	114	106	106	222510
ΣX_i^2	532	495	381	471	476	411	414	450	348	323	458	332	402	378	390	449	351	409	408	415	411	470	406	406	

**PERHITUNGAN ANALISIS BUTIR
VARIABEL X1 (KERAGAMAN PRODUK)**
Beserta contoh perhitungan untuk butir 1

1. Kolom ΣX_i = Jumlah butir ke satu

$$\begin{aligned}\Sigma X_i &= 4 + 5 + 3 + 5 + \dots + 5 \\ &= 122\end{aligned}$$

2. Kolom ΣX_t = Jumlah total butir dari setiap responden

$$\begin{aligned}\Sigma X_t &= 83 + 89 + 66 + 89 + \dots + 112 \\ &= 2536\end{aligned}$$

3. Kolom ΣX_t^2

$$\begin{aligned}\Sigma X_t^2 &= 83^2 + 89^2 + 66^2 + 89^2 + \dots + 112^2 \\ &= 222510\end{aligned}$$

4. Kolom ΣX_i^2

$$\begin{aligned}\Sigma X_i^2 &= 4^2 + 5^2 + 3^2 + 5^2 + \dots + 5^2 \\ &= 532\end{aligned}$$

5. Kolom $\Sigma X_i \cdot X_t$

$$\begin{aligned}\Sigma X_i \cdot X_t &= 384 + 364 + 490 + 392 + \dots + 320 \\ &= 10669\end{aligned}$$

6. Kolom Σx_i^2

$$\begin{aligned}\Sigma x_i^2 &= \Sigma X_i^2 - \frac{(\Sigma X_i)^2}{n} \\ &= 532 - \frac{122^2}{30} \\ &= 35.867\end{aligned}$$

7. Kolom $\Sigma x_i \cdot x_t$

$$\begin{aligned}\Sigma x_i \cdot x_t &= \Sigma X_i \cdot X_t - \frac{(\Sigma X_i)(\Sigma X_t)}{n} \\ &= 10669 - \frac{122 \times 2536}{30} \\ &= 355.93\end{aligned}$$

8. Kolom Σx_t^2

$$\begin{aligned}\Sigma x_t^2 &= \Sigma X_t^2 - \frac{(\Sigma X_t)^2}{n} \\ &= 222510 - \frac{2536^2}{30} \\ &= 8133.47\end{aligned}$$

9. Kolom r_{hitung}

$$\begin{aligned}r_{\text{hitung}} &= \frac{\Sigma x_i \cdot x_t}{\sqrt{(\Sigma x_i^2)(\Sigma x_t^2)}} \\ &= \frac{355.933}{\sqrt{35.867 \cdot 8133.467}} = 0.659\end{aligned}$$

**DATA PERHITUNGAN VALIDITAS
VARIABEL X1 (KERAGAMAN PRODUK)**

No. Butir	$\sum X_i$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i \cdot X_t$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i \cdot X_t$	$\sum X_t^2$	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimp.
1	122	532	10669	35.87	355.93	8133.5	0.659	0.361	VALID
2	117	495	10228	38.70	337.60	8133.5	0.602	0.361	VALID
3	101	381	8789	40.97	251.13	8133.5	0.435	0.361	VALID
4	115	471	10016	30.17	294.67	8133.5	0.595	0.361	VALID
5	114	476	9958	42.80	321.20	8133.5	0.544	0.361	VALID
6	105	411	9264	43.50	388.00	8133.5	0.652	0.361	VALID
7	108	414	9320	25.20	190.40	8133.5	0.421	0.361	VALID
8	108	450	9609	61.20	479.40	8133.5	0.679	0.361	VALID
9	96	348	8555	40.80	439.80	8133.5	0.763	0.361	VALID
10	93	323	7859	34.70	-2.60	8133.5	-0.005	0.361	DROP
11	112	458	9880	39.87	412.27	8133.5	0.724	0.361	VALID
12	92	332	8191	49.87	413.93	8133.5	0.650	0.361	VALID
13	104	402	8901	41.47	109.53	8133.5	0.189	0.361	DROP
14	98	378	8719	57.87	434.73	8133.5	0.634	0.361	VALID
15	102	390	9037	43.20	414.60	8133.5	0.699	0.361	VALID
16	111	449	9789	38.30	405.80	8133.5	0.727	0.361	VALID
17	104	392	9060	31.47	268.53	8133.5	0.531	0.361	VALID
18	97	351	8250	37.37	50.27	8133.5	0.091	0.361	DROP
19	105	409	9345	41.50	469.00	8133.5	0.807	0.361	VALID
20	104	408	9189	47.47	397.53	8133.5	0.640	0.361	VALID
21	103	415	9288	61.37	581.07	8133.5	0.822	0.361	VALID
22	105	411	9299	43.50	423.00	8133.5	0.711	0.361	VALID
23	114	470	10012	36.80	375.20	8133.5	0.686	0.361	VALID
24	106	406	9283	31.47	322.47	8133.5	0.637	0.361	VALID

**PERHITUNGAN KEMBALI DATA UJI COBA SETELAH VALIDITAS
VARIABEL X (KERAGAMAN PRODUK)**

No.	Resp.	Butir Pernyataan																		ΣX_t	X_t^2		
		2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21		
1	4	3	4	2	3	3	4	2	3	3	2	4	3	4	3	3	4	5	4	3	70	4900	
2	5	4	5	4	5	4	3	5	4	3	1	4	5	4	4	5	2	4	5	3	82	6724	
3	3	3	4	1	3	4	3	3	3	1	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	57	3249	
4	5	5	4	5	5	3	3	3	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	5	3	2	5929	
5	2	3	1	3	3	4	2	3	2	3	4	3	2	3	2	1	2	3	3	3	55	3025	
6	4	3	2	3	3	2	4	5	3	2	4	3	1	2	2	3	1	2	1	2	54	2916	
7	4	5	2	3	4	3	3	1	2	5	4	1	2	2	3	2	4	1	3	4	4	3844	
8	4	5	5	3	2	4	5	5	3	4	5	3	4	5	3	2	4	4	5	3	83	6889	
9	5	5	5	4	4	3	4	5	2	3	3	3	4	3	3	5	3	5	5	4	83	6889	
10	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	5	3	87	7569
11	1	3	4	5	2	4	3	4	1	3	1	2	5	5	3	3	2	2	3	3	62	3844	
12	3	1	2	1	3	2	3	1	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	4	2	51	2601	
13	3	4	3	4	5	1	4	1	1	2	2	3	2	4	3	3	1	1	3	3	56	3136	
14	2	1	3	2	2	3	3	3	2	2	1	1	1	2	3	2	1	1	2	3	2	42	1764
15	5	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	1	3	5	5	5	3	5	89	7921	
16	5	3	3	3	3	3	3	2	3	5	2	4	5	4	3	4	2	4	2	4	71	5041	
17	5	3	4	4	4	2	1	3	3	1	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4489	
18	5	5	5	5	5	2	3	4	4	3	3	4	2	2	3	2	2	2	4	2	70	4900	
19	4	3	4	4	3	2	4	3	1	2	3	1	2	2	3	2	3	1	3	4	57	3249	
20	4	5	2	3	2	3	4	3	3	4	5	5	3	4	4	5	4	5	4	5	81	6561	
21	4	4	3	2	4	2	3	3	3	3	1	4	3	3	3	4	2	3	4	4	64	4096	
22	3	4	4	4	5	5	3	5	4	5	2	5	3	4	4	5	4	5	4	5	88	7744	
23	5	5	1	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	2	5	3	5	5	5	4	93	8649	
24	5	4	4	4	3	5	4	5	4	4	2	4	4	5	5	4	4	4	5	5	88	7744	
25	4	4	3	4	5	5	2	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	91	8281	
26	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	102	10404		
27	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	99	9801		
28	5	3	4	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	92	8464	
29	3	2	2	4	5	5	2	2	5	1	3	3	5	4	2	5	4	3	1	4	67	4489	
30	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	102	10404		
ΣX_t	122	117	101	115	114	105	108	96	112	92	98	102	111	104	103	105	114	106	2242	175516			
ΣX_t^2	532	495	381	471	476	411	414	450	348	458	332	378	390	449	392	408	415	411	470	406			

**DATA PERHITUNGAN VALIDITAS
VARIABEL X1 (KERAGAMAN PRODUK)**

No. Butir	$\sum X_i$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i \cdot X_t$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i \cdot X_t$	$\sum X_t^2$	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimp.
1	122	532	9471	35.87	353.53	7963.87	0.6615	0.361	VALID
2	117	495	9069	38.70	325.20	7963.87	0.5858	0.361	VALID
3	101	381	7803	40.97	254.93	7963.87	0.4463	0.361	VALID
4	115	471	8879	30.17	284.67	7963.87	0.5808	0.361	VALID
5	114	476	8847	42.80	327.40	7963.87	0.5608	0.361	VALID
6	105	411	8254	43.50	407.00	7963.87	0.6915	0.361	VALID
7	108	414	8259	25.20	187.80	7963.87	0.4192	0.361	VALID
8	108	450	8550	61.20	478.80	7963.87	0.6858	0.361	VALID
9	96	348	7604	40.80	429.60	7963.87	0.7537	0.361	VALID
10	112	458	8794	39.87	423.87	7963.87	0.7523	0.361	VALID
11	92	332	7269	49.87	393.53	7963.87	0.6245	0.361	VALID
12	98	378	7755	57.87	431.13	7963.87	0.6351	0.361	VALID
13	102	390	8039	43.20	416.20	7963.87	0.7096	0.361	VALID
14	111	449	8710	38.30	414.60	7963.87	0.7507	0.361	VALID
15	104	392	8027	31.47	254.73	7963.87	0.5089	0.361	VALID
16	105	409	8307	41.50	460.00	7963.87	0.8002	0.361	VALID
17	104	408	8191	47.47	418.73	7963.87	0.6811	0.361	VALID
18	103	415	8267	61.37	569.47	7963.87	0.8146	0.361	VALID
19	105	411	8266	43.50	419.00	7963.87	0.7119	0.361	VALID
20	114	470	8901	36.80	381.40	7963.87	0.7045	0.361	VALID
21	106	406	8254	31.47	332.27	7963.87	0.6637	0.361	VALID

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

No.	Varians
1	1.20
2	1.29
3	1.37
4	1.01
5	1.43
6	1.45
7	0.84
8	2.04
9	1.36
10	1.33
11	1.66
12	1.93
13	1.44
14	1.28
15	1.05
16	1.38
17	1.58
18	2.05
19	1.45
20	1.23
21	1.05
$\sum Si^2$	29.40

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

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

$$= \frac{532 - \frac{122^2}{30}}{30} = 1.20$$

2. Menghitung varians total

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

$$= \frac{175516 - \frac{2242^2}{30}}{30} = 265.46$$

3. Menghitung Reliabilitas

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

$$= \frac{21}{20} \left(1 - \frac{29.40}{265.46} \right)$$

$$= 0.812$$

Kesimpulan

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

SKOR UJI COBA INSTRUMEN VARIABEL X2 (LOKASI)
VARIABEL X2 (LOKASI)

No. Resp.	Butir Pernyataan																								ΣX_i	ΣX_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		
1	4	5	5	3	4	5	3	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	106	11236
2	5	5	4	4	5	4	3	4	4	1	4	3	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	96	9216
3	5	5	5	4	4	4	3	3	1	5	5	3	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	91	8281
4	5	5	4	5	3	4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	4	4	5	5	5	3	5	4	5	9216	
5	2	5	2	3	4	3	5	4	4	2	2	3	2	5	4	3	5	2	3	2	3	3	3	3	77	5929
6	5	5	5	3	4	5	5	4	4	3	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	108	11664
7	4	5	4	5	4	3	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	105	11025
8	4	4	5	5	2	4	5	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	107	11449
9	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	111	12321
10	3	5	4	4	4	5	5	4	4	1	4	5	3	5	4	5	3	5	5	5	3	4	5	5	2	97
11	4	4	4	5	4	5	3	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	104	10816
12	4	5	5	3	5	4	3	3	4	3	5	5	3	4	5	4	5	5	5	3	5	4	4	5	101	10201
13	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	2	3	4	3	2	2	2	4	3	5	2	77	5929	
14	4	2	5	5	4	3	4	3	3	2	2	2	2	2	5	5	4	3	4	3	2	4	4	3	81	6561
15	3	4	4	5	4	3	3	5	3	3	2	5	3	2	3	4	2	4	3	3	3	4	3	2	78	6084
16	4	2	4	3	2	4	4	3	3	4	2	2	3	4	2	3	3	2	5	2	3	4	3	3	74	5476
17	5	4	5	4	3	4	4	2	3	3	5	4	3	3	4	4	3	2	3	3	5	3	3	3	86	7396
18	4	3	4	3	4	3	4	4	5	3	4	3	2	4	4	3	5	3	4	2	3	3	4	3	84	7056
19	5	5	5	5	4	4	3	3	3	2	4	5	4	3	3	5	4	5	5	5	4	4	4	5	102	10404
20	4	3	4	3	2	4	3	4	1	4	3	2	3	4	2	3	3	2	2	4	3	5	5	3	77	5929
21	4	3	3	4	4	5	4	3	3	3	4	3	3	3	5	3	3	4	4	3	2	4	5	5	86	7396
22	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	2	4	3	2	2	4	4	3	2	4	4	3	3	2	76	5776
23	5	3	3	3	3	5	3	3	3	3	5	3	3	4	5	4	4	3	4	3	3	4	3	3	85	7225
24	5	4	4	4	5	5	3	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	104	10816
25	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	105	11025
26	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	115	13225
27	5	4	4	3	5	3	4	5	3	3	4	5	5	5	4	4	4	5	5	3	4	4	5	101	10201	
28	5	5	5	4	5	5	3	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	107	11449
29	4	2	5	4	4	3	3	5	3	2	5	3	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	93	8649
30	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	114	12996
ΣX_i	128	123	127	117	115	121	120	113	108	82	119	123	113	116	122	125	121	120	118	127	118	120	120	2844	274356	
ΣX_i^2	562	533	555	477	461	507	496	441	406	254	497	537	465	486	510	541	507	553	547	516	490	563	478	518		

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

Beserta contoh perhitungan untuk butir 1

1. Kolom ΣX_i = Jumlah butir ke satu

$$\begin{aligned}\Sigma X_i &= 4 + 5 + 3 + 5 + \dots + 5 \\ &= 128\end{aligned}$$

2. Kolom ΣX_t = Jumlah total butir dari setiap responden

$$\begin{aligned}\Sigma X_t &= 83 + 89 + 66 + 89 + \dots + 112 \\ &= 2844\end{aligned}$$

3. Kolom ΣX_t^2

$$\begin{aligned}\Sigma X_t^2 &= 83^2 + 89^2 + 66^2 + 89^2 + \dots + 112^2 \\ &= 274356\end{aligned}$$

4. Kolom ΣX_i^2

$$\begin{aligned}\Sigma X_i^2 &= 4^2 + 5^2 + 3^2 + 5^2 + \dots + 5^2 \\ &= 562\end{aligned}$$

5. Kolom $\Sigma X_i \cdot X_t$

$$\begin{aligned}\Sigma X_i \cdot X_t &= 384 + 364 + 490 + 392 + \dots + 320 \\ &= 12252\end{aligned}$$

6. Kolom Σx_i^2

$$\begin{aligned}\Sigma x_i^2 &= \Sigma X_i^2 - \frac{(\Sigma X_i)^2}{n} \\ &= 562 - \frac{128^2}{30} \\ &= 15.867\end{aligned}$$

7. Kolom $\Sigma x_i \cdot x_t$

$$\begin{aligned}\Sigma x_i \cdot x_t &= \Sigma X_i \cdot X_t - \frac{(\Sigma X_i)(\Sigma X_t)}{n} \\ &= 12252 - \frac{128 \times 2844}{30} \\ &= 117.60\end{aligned}$$

8. Kolom Σx_t^2

$$\begin{aligned}\Sigma x_t^2 &= \Sigma X_t^2 - \frac{(\Sigma X_t)^2}{n} \\ &= 274356 - \frac{2844^2}{30} \\ &= 4744.80\end{aligned}$$

9. Kolom r_{hitung}

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

$$\bar{\sqrt{\frac{117.60}{15.867 \quad 4744.800}}} = 0.429$$

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

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	128	562	12252	15.87	117.60	4744.8	0.429	0.361	VALID
2	123	533	11863	28.70	202.60	4744.8	0.549	0.361	VALID
3	127	555	12172	17.37	132.40	4744.8	0.461	0.361	VALID
4	117	477	11212	20.70	120.40	4744.8	0.384	0.361	VALID
5	115	461	11049	20.17	147.00	4744.8	0.475	0.361	VALID
6	121	507	11607	18.97	136.20	4744.8	0.454	0.361	VALID
7	120	496	11383	16.00	7.00	4744.8	0.025	0.361	DROP
8	113	441	10857	15.37	144.60	4744.8	0.536	0.361	VALID
9	108	406	10354	17.20	115.60	4744.8	0.405	0.361	VALID
10	82	254	7927	29.87	153.40	4744.8	0.407	0.361	VALID
11	119	497	11434	24.97	152.80	4744.8	0.444	0.361	VALID
12	123	537	11986	32.70	325.60	4744.8	0.827	0.361	VALID
13	113	465	11086	39.37	373.60	4744.8	0.864	0.361	VALID
14	116	486	11332	37.47	335.20	4744.8	0.795	0.361	VALID
15	122	510	11579	13.87	13.40	4744.8	0.052	0.361	DROP
16	125	541	12047	20.17	197.00	4744.8	0.637	0.361	VALID
17	121	507	11671	18.97	200.20	4744.8	0.667	0.361	VALID
18	125	553	12162	32.17	312.00	4744.8	0.799	0.361	VALID
19	123	547	12041	42.70	380.60	4744.8	0.846	0.361	VALID
20	120	516	11669	36.00	293.00	4744.8	0.709	0.361	VALID
21	118	490	11436	25.87	249.60	4744.8	0.712	0.361	VALID
22	127	563	12302	25.37	262.40	4744.8	0.756	0.361	VALID
23	118	478	11220	13.87	33.60	4744.8	0.131	0.361	DROP
24	120	518	11715	38.00	339.00	4744.8	0.798	0.361	VALID

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

No. Resp.	Butir Pernyataan																				\bar{X}_t^2	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	
1	4	5	5	3	4	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	9216	
2	5	5	4	4	5	4	4	1	4	3	4	3	5	5	3	4	5	5	5	5	7569	
3	5	5	4	4	4	3	3	1	5	5	3	5	3	3	3	3	3	4	4	4	79	
4	5	5	4	5	3	4	3	3	2	4	3	4	4	4	4	5	5	3	5	5	6241	
5	2	5	2	3	4	3	4	4	2	2	3	3	2	4	3	5	2	3	2	3	3	
6	5	5	3	4	5	4	4	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4096	
7	4	5	4	5	4	3	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	8836	
8	4	4	5	5	2	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	92	
9	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	8464	
10	3	5	4	4	4	5	4	4	1	4	5	3	5	5	3	5	5	3	4	5	2	
11	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	94	
12	4	5	5	3	5	3	3	4	3	5	5	3	5	4	5	5	3	5	4	5	8836	
13	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	2	4	3	2	2	4	3	2	65	
14	4	2	5	5	4	3	3	2	2	3	2	2	5	4	3	4	3	2	4	3	4624	
15	3	4	4	4	3	3	3	2	5	3	2	3	2	4	3	3	3	4	2	66	4356	
16	4	2	4	3	2	4	3	3	4	2	2	3	3	3	2	5	2	3	3	3	3844	
17	5	4	5	4	3	4	2	3	3	5	4	3	4	4	3	2	3	3	5	3	5776	
18	4	3	4	3	4	3	4	5	3	4	3	2	4	3	5	3	4	2	3	3	5184	
19	5	5	5	5	5	4	3	3	2	4	5	4	3	5	4	5	5	5	4	5	8281	
20	4	3	4	3	4	3	4	1	4	3	2	3	3	3	3	2	2	4	3	3	4096	
21	4	3	3	4	4	5	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	2	5	5329	
22	4	4	4	2	3	3	4	4	2	4	3	2	2	4	3	2	4	4	3	2	4225	
23	5	3	3	3	3	5	3	3	3	5	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	5329	
24	5	4	4	5	5	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	8464	
25	4	4	5	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	8649	
26	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	10201	
27	5	4	4	3	5	3	5	3	3	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	8100	
28	5	5	4	5	5	4	4	4	3	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	9409	
29	4	2	5	4	4	3	5	2	5	3	3	4	5	5	4	4	4	5	4	82	6724	
30	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	10201	10201	
$\sum X_t$	128	123	127	117	115	121	113	108	82	119	123	113	116	125	121	120	118	127	120	2484	210368	
$\sum X_t^2$	562	533	555	477	461	507	441	406	254	497	537	465	486	541	507	553	547	516	490	563	518	

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

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	128	562	10725	15.87	126.60	4692.80	0.4640	0.361	VALID
2	123	533	10389	28.70	204.60	4692.80	0.5575	0.361	VALID
3	127	555	10652	17.37	136.40	4692.80	0.4778	0.361	VALID
4	117	477	9807	20.70	119.40	4692.80	0.3831	0.361	VALID
5	115	461	9677	20.17	155.00	4692.80	0.5038	0.361	VALID
6	121	507	10153	18.97	134.20	4692.80	0.4498	0.361	VALID
7	113	441	9499	15.37	142.60	4692.80	0.5310	0.361	VALID
8	108	406	9047	17.20	104.60	4692.80	0.3682	0.361	VALID
9	82	254	6936	29.87	146.40	4692.80	0.3910	0.361	VALID
10	119	497	10012	24.97	158.80	4692.80	0.4639	0.361	VALID
11	123	537	10506	32.70	321.60	4692.80	0.8210	0.361	VALID
12	113	465	9731	39.37	374.60	4692.80	0.8715	0.361	VALID
13	116	486	9932	37.47	327.20	4692.80	0.7803	0.361	VALID
14	125	541	10547	20.17	197.00	4692.80	0.6404	0.361	VALID
15	121	507	10216	18.97	197.20	4692.80	0.6610	0.361	VALID
16	125	553	10657	32.17	307.00	4692.80	0.7902	0.361	VALID
17	123	547	10564	42.70	379.60	4692.80	0.8480	0.361	VALID
18	120	516	10236	36.00	300.00	4692.80	0.7299	0.361	VALID
19	118	490	10017	25.87	246.60	4692.80	0.7078	0.361	VALID
20	127	563	10785	25.37	269.40	4692.80	0.7808	0.361	VALID
21	120	518	10280	38.00	344.00	4692.80	0.8146	0.361	VALID

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

No.	Varians
1	0.53
2	0.96
3	0.58
4	0.69
5	0.67
6	0.63
7	0.51
8	0.57
9	1.00
10	0.83
11	1.09
12	1.31
13	1.25
14	0.67
15	0.63
16	1.07
17	1.42
18	1.20
19	0.86
20	0.85
21	1.27
$\sum Si^2$	18.60

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

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

$$= \frac{562 - \frac{128^2}{30}}{30} = 0.53$$

2. Menghitung varians total

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

$$= \frac{210368 - \frac{2484^2}{30}}{30} = 156.43$$

3. Menghitung Reliabilitas

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

$$= \frac{21}{20} \left(1 - \frac{18.60}{156.43} \right)$$

$$= 0.804$$

Kesimpulan

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

KUESIONER FINAL

Responden yang terhormat,

Saya mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, memohon kesedian Anda untuk ikut berpartisipasi dalam penelitian saya yang berjudul “Hubungan Antara Keragaman Produk dan Lokasi dengan Keputusan Pembelian 7-Eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Di Universitas Negeri Jakarta”. Untuk itu, saya sangat mengharapkan kerjasama Anda untuk memberikan jawaban atas pernyataan – pernyataan di dalam kuesioner ini. Informasi yang diperoleh nantinya akan diolah dan dipergunakan semata – mata hanya untuk kepentingan akademis.

I. PETUNJUK PENGISIAN

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

Sangat Tidak Setuju : (STS)

Tidak setuju : (TS)

Ragu – ragu : (RR)

Setuju : (S)

Sangat setuju : (SS)

II. IDENTITAS RESPONDEN

NAMA RESPONDEN :

NO. TELEPON :

III. DAFTAR PERNYATAAN

1. VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

NO.	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya memiliki keinginan untuk membeli produk di <i>7-Eleven</i> .					
2.	Teman saya menyarankan untuk membeli produk di <i>7-Eleven</i> .					
3.	Saya pernah membeli produk di <i>7-Eleven</i> .					
4.	Saya memutuskan membeli di <i>7-Eleven</i> .					
5.	Saya mengetahui produk <i>7-Eleven</i> dari kakak saya.					
6.	Saya memiliki keinginan untuk membeli produk di Indomaret.					
7.	Menurut teman saya <i>7-Eleven</i> merupakan tempat yang salah untuk berbelanja					
8.	Saya mengetahui produk <i>7-Eleven</i> dari teman saya.					
9.	Teman saya menyarankan untuk membeli produk di <i>Alfamart</i> .					
10.	Menurut teman saya <i>7-Eleven</i> merupakan tempat yang tepat untuk berbelanja.					
11.	Teman saya merekomendasikan saya untuk membeli di <i>7-Eleven</i> .					
12.	Teman saya merekomendasikan saya untuk membeli di Indomaret.					
13.	Saya tidak bersedia membeli produk di <i>7-Eleven</i>					
14.	Saya lebih memilih <i>7-Eleven</i> dibandingkan <i>Alfamart</i> .					

15.	Saya senang membeli produk di <i>7-Eleven</i> .					
16.	Saya lebih memilih <i>Indomaret</i> daripada <i>7-Eleven</i> .					
17.	Saya memilih <i>7-Eleven</i> sebagai alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan					
18.	Saya lebih memilih <i>7-Eleven</i> dibandingkan <i>Indomaret</i> .					
19.	Saya lebih memilih <i>Alfamart</i> dibandingkan <i>7-Eleven</i> .					
20.	Saya memilih Indomaret sebagai alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan.					
21.	Saya membutuhkan waktu yang lama untuk memutuskan membeli di <i>7-Eleven</i> .					
22.	Saya membutuhkan waktu yang singkat untuk memutuskan membeli di <i>7-Eleven</i> .					

KUESIONER FINAL

Responden yang terhormat,

Saya mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, memohon kesedian Anda untuk ikut berpartisipasi dalam penelitian saya yang berjudul “Hubungan Antara Keragaman Produk dan Lokasi dengan Keputusan Pembelian 7-Eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Di Universitas Negeri Jakarta”. Untuk itu, saya sangat mengharapkan kerjasama Anda untuk memberikan jawaban atas pernyataan – pernyataan di dalam kuesioner ini. Informasi yang diperoleh nantinya akan diolah dan dipergunakan semata – mata hanya untuk kepentingan akademis.

I. PETUNJUK PENGISIAN

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

Sangat Tidak Setuju : (STS)

Tidak setuju : (TS)

Ragu – ragu : (RR)

Setuju : (S)

Sangat setuju : (SS)

II. IDENTITAS RESPONDEN

NAMA RESPONDEN :

NO. TELEPON :

III. DAFTAR PERNYATAAN

2. VARIABEL KERAGAMAN PRODUK (X1)

NO.	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1.	Produk yang dijual <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda lengkap.					
2.	Produk yang ditawarkan <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda berkualitas bagus.					
3.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda menyediakan produk minuman yang terbatas.					
4.	Produk yang disediakan <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda sesuai kebutuhan konsumen					
5.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda menyediakan produk dari berbagai macam merek perusahaan.					
6.	Produk yang dijual <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda terbatas.					
7.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda menyediakan produk khusus (<i>slurpee</i>) yang mudah ditemui.					
8.	Produk yang disediakan <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda tidak diinginkan oleh konsumen.					
9.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda menyediakan produk minuman yang beragam (air mineral, dan lain-lain).					
10.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda menyediakan produk-produk lama (keju gratis sepantas pelanggan).					
11.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda menyediakan produk makanan yang beragam.					

12.	7-Eleven Jalan Pemuda menyediakan produk-produk terbaru (Saus keju tidak gratis)				
13.	7-Eleven Jalan Pemuda menyediakan produk-produk yang halal.				
14.	7-Eleven Jalan Pemuda menjual produk yang tidak baik (rokok).				
15.	7-Eleven Jalan Pemuda menyediakan jenis produk kebutuhan sehari-hari yang beragam (sabun dan lain-lain).				
16.	7-Eleven Jalan Pemuda hanya menyediakan produk dari sebagian merek perusahaan tertentu.				
27.	7-Eleven Jalan Pemuda tidak menyediakan produk detergen.				
18.	Variasi ukuran produk yang ditawarkan di 7-Eleven Jalan Pemuda lengkap				
19.	7-Eleven Jalan Pemuda hanya menjual sebagian produk yang bermerek 7-Eleven itu sendiri.				
20.	Variasi ukuran produk yang ditawarkan di 7-Eleven Jalan Pemuda terbatas.				
21.	7-Eleven Jalan Pemuda banyak menjual produk bermerek 7-Eleven itu sendiri.				

LAMPIRAN 26**KUESIONER FINAL**

Responden yang terhormat,

Saya mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, memohon kesedian Anda untuk ikut berpartisipasi dalam penelitian saya yang berjudul “Hubungan Antara Keragaman Produk dan Lokasi dengan Keputusan Pembelian 7-Eleven Jalan Pemuda pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Di Universitas Negeri Jakarta”. Untuk itu, saya sangat mengharapkan kerjasama Anda untuk memberikan jawaban atas pernyataan – pernyataan di dalam kuesioner ini. Informasi yang diperoleh nantinya akan diolah dan dipergunakan semata – mata hanya untuk kepentingan akademis.

I. PETUNJUK PENGISIAN

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

Sangat Tidak Setuju : (STS)

Tidak setuju : (TS)

Ragu – ragu : (RR)

Setuju : (S)

Sangat setuju : (SS)

II. IDENTITAS RESPONDEN

NAMA RESPONDEN :

NO. TELEPON :

III. DAFTAR PERNYATAAN

3. VARIABEL LOKASI (X2)

NO.	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1.	Bangunan <i>7-Eleven</i> besar.					
2.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda dilewati kendaraan umum.					
3.	Toko <i>7-Eleven</i> jalan pemuda dekat dari halte <i>busway</i> Sunan Giri.					
4.	Toko <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda jauh dari tempat tinggal saya.					
5.	Halaman parkir <i>7-Eleven</i> luas.					
6.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda sulit dijangkau.					
7.	Toko <i>7-Eleven</i> jalan pemuda jauh dari halte <i>busway</i> Sunan Giri.					
8.	Saya merasa kendaraan yang berada di tempat parkir dijaga dengan baik.					
9.	Toko <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda dekat dengan tempat tinggal saya.					
10.	Tidak ada kendaraan umum yang melewati <i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda.					
11.	Tidak ada toko sejenis di sekeliling <i>7-Eleven</i> .					
12.	Papan nama <i>7-Eleven</i> terlihat dengan jelas.					
13.	Pintu masuk <i>7-Eleven</i> menyulitkan saya untuk masuk toko.					
14.	Bangunan <i>7-Eleven</i> kecil.					
15.	Saya merasa kendaraan yang berada di tempat parkir tidak aman.					
16.	<i>7-Eleven</i> dikelilingi oleh toko sejenis.					

17.	Pintu masuk <i>7-Eleven</i> memudahkan saya untuk masuk toko.					
18.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda mudah dijangkau					
19.	Saya melihat pintu masuk <i>7-Eleven</i> nyaman untuk keluar <i>7-Eleven</i> .					
20.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda dekat dari fasilitas umum.					
21.	<i>7-Eleven</i> Jalan Pemuda jauh dari fasilitas umum.					

**DATA MENTAH VARIABEL Y
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

No. Resp.	No. Item																			Yt	Yt ²		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	
1	5	5	4	4	5	4	3	4	2	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	5	4	4	84
2	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	3	7056
3	5	3	5	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	3	7569
4	5	4	3	4	5	3	3	2	4	3	3	4	4	3	2	3	3	2	3	3	2	71	8649
5	4	4	5	4	3	2	3	4	3	5	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	5041
6	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3	4	4	6400
7	5	4	3	4	3	3	2	3	3	2	4	2	3	3	1	3	4	2	3	4	3	3	6889
8	5	4	3	3	3	3	2	4	4	3	4	2	3	4	3	3	4	4	3	4	3	2	4489
9	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	83
10	5	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	7569
11	4	5	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5329
12	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	2	4	4	3	4	2	6400
13	2	3	2	3	3	4	2	4	4	2	4	4	2	3	4	4	3	4	3	3	4	3	6889
14	5	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	2	4	5041
15	4	4	3	4	4	4	5	3	5	4	3	4	4	5	5	4	3	4	4	4	3	3	7225
16	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	85
17	3	4	2	4	4	2	2	4	3	4	4	1	2	4	3	3	4	3	3	4	4	4	7569
18	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	83
19	4	3	4	4	3	2	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	4	3	4	2	5041
20	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	5	5	3	5	4	4	4	9216
21	4	5	5	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	87
22	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	7569
23	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	2	5	2	5	7744
24	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	5041
25	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
26	5	3	4	3	4	4	2	4	4	2	4	3	3	4	3	4	2	3	4	2	3	4	5776
27	4	4	5	3	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	7396
28	5	4	3	4	3	4	2	3	3	4	2	1	4	4	2	4	4	2	3	4	3	71	5041
29	4	4	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	6724
30	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	5	90	8100
31	5	5	4	4	4	4	5	4	2	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	6561
32	5	4	3	3	4	3	4	2	3	4	3	2	3	3	4	4	2	4	3	4	4	4	5625
33	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	9409
34	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	3	3	2	4	4	3	2	4	6724
35	4	3	4	4	3	4	3	3	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	81	8649
36	4	4	3	3	3	4	3	2	4	4	3	2	3	4	4	4	2	4	5	4	4	76	5776
37	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	4	3	2	4	3	4	3	75	5625
38	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	10201	

**DATA MENTAH VARIABEL XI
KERAGAMAN PRODUK**

No.	No. Item																				X _f	X _f ²	
Resp.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21		
1	5	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	2	83	6889
2	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	2	4	5	4	4	3	5	4	87	7569
3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	3	5	5	4	93	8649	
4	3	4	4	2	3	2	2	3	4	3	2	4	2	2	3	3	2	3	3	3	59	3481	
5	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	5	4	4	78	6084	
6	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	83	6889
7	3	4	3	4	4	3	3	4	2	3	3	3	4	4	2	3	4	3	4	4	4	70	4900
8	3	4	2	4	3	3	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	4	3	4	73	5329
9	4	4	3	5	4	3	3	4	2	4	3	4	4	2	4	3	4	2	4	4	4	74	5476
10	4	4	4	5	4	3	5	4	2	4	3	4	5	4	4	4	2	2	2	3	3	77	5929
11	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	5	4	6241
12	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	83	6889
13	2	3	4	5	4	3	3	2	3	3	2	2	4	4	3	3	4	3	4	4	3	68	4624
14	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	77	5929
15	4	4	5	2	4	2	4	2	4	2	3	2	4	2	2	3	4	2	4	2	4	3	4096
16	5	3	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	87	7569
17	4	2	4	2	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	64	4096
18	4	4	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	4	2	4	4	4	3	4	3	4	70	4900
19	4	4	3	3	4	2	3	3	2	4	3	2	4	3	4	4	2	3	4	4	4	68	4624
20	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	9216	
21	4	4	4	4	2	5	2	4	3	5	2	3	4	3	3	4	2	3	4	3	71	5041	
22	4	4	4	4	3	4	3	3	4	2	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	73	5329	
23	4	3	4	2	3	4	5	3	4	4	4	3	2	5	4	3	3	4	2	4	2	5184	
24	4	4	2	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	2	3	73	5329
25	3	4	4	3	3	2	4	2	4	3	3	4	3	2	4	2	4	4	4	4	4	69	4761
26	4	5	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	2	3	3	4	4	74	5476
27	4	4	4	4	5	4	4	1	4	1	2	3	4	3	4	4	2	4	2	3	4	70	4900
28	5	5	3	4	2	4	4	2	1	2	3	4	4	4	1	3	3	4	3	3	4	68	4624
29	4	4	3	4	3	3	3	1	2	4	3	1	3	4	2	3	3	1	4	5	63	3969	
30	4	4	4	2	4	4	2	4	3	3	4	2	3	4	4	3	2	4	4	2	72	5184	
31	4	4	5	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	78	6084		

32	3	4	5	3	4	3	2	3	3	4	3	3	4	4	4	5	4	72	5184			
33	5	4	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	88	7744		
34	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	3	4	77	5929			
35	4	4	3	4	3	3	2	4	2	4	2	4	1	4	1	5	2	4	65	4225		
36	5	4	5	4	3	3	2	4	3	4	2	4	2	3	4	4	5	4	4	76	5776	
37	3	5	4	4	3	4	3	2	4	2	3	3	3	4	3	4	3	5	73	5329		
38	5	4	5	5	4	3	3	5	3	4	5	3	3	4	5	5	4	5	87	7569		
39	4	4	4	3	3	2	2	2	4	3	2	3	4	2	2	4	3	3	4	63	3969	
40	4	4	5	1	4	4	1	3	3	1	3	2	4	2	2	4	4	3	65	4225		
41	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	93	8649		
42	3	3	4	4	4	3	4	2	2	3	2	1	4	3	4	2	4	3	2	61	3721	
43	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	93	8649	
44	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	2	4	77	5929	
45	3	4	3	4	3	2	3	3	2	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	66	4356	
46	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	3	2	4	3	4	4	3	81	6561	
47	4	5	4	4	4	5	5	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	88	7744	
48	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	4	3	3	2	4	3	4	3	68	4624	
49	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	85	7225	
50	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	79	6241	
51	4	4	3	4	3	3	4	4	2	2	4	4	3	1	3	3	1	3	2	4	64	4096
52	4	4	4	3	2	2	4	3	1	4	4	2	4	4	3	3	4	3	2	66	4356	
53	5	4	5	5	4	4	3	4	5	3	5	4	3	4	2	5	2	2	5	81	6561	
54	5	4	4	3	3	4	2	2	5	4	4	4	2	4	3	4	4	3	5	4	77	5929
55	5	4	5	5	5	3	4	3	4	5	4	3	5	4	5	3	5	4	5	3	88	7744
56	5	4	4	5	3	4	2	4	5	2	4	4	1	5	2	3	2	4	74	5476		
57	4	3	4	2	2	2	3	1	3	4	1	4	4	2	4	2	4	2	61	3721		
58	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	3	2	4	3	4	4	4	3	4	81	6561	
59	4	5	4	5	4	2	2	4	2	3	3	3	4	3	5	4	5	3	5	76	5776	
60	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	86	7396	
61	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	3	4	2	4	4	3	77	5929	
62	4	4	4	3	3	4	4	1	3	2	4	1	1	4	1	3	1	3	4	61	3721	
63	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	89	7921	
64	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	5	4	5	5	3	4	4	3	3	2	77	5929
65	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	84	7056	
66	4	4	5	3	4	3	4	4	3	5	4	4	2	4	3	4	4	4	5	81	6561	
67	5	5	4	4	3	3	3	2	3	4	3	2	5	4	3	4	3	5	2	4	75	5625
68	4	4	3	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	78	6084	

**DATA MENTAH VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)
DAN
VARIABEL X1 (KERAGAMAN PRODUK)**

No.	VARIABEL X	VARIABEL Y
1	83	84
2	87	87
3	93	93
4	59	71
5	78	80
6	83	83
7	70	67
8	73	73
9	74	87
10	77	81
11	79	80
12	83	83
13	68	71
14	77	85
15	64	87
16	87	87
17	64	71
18	70	88
19	68	71
20	96	96
21	71	87
22	73	76
23	72	88
24	73	76
25	69	86
26	74	76
27	70	86
28	68	71
29	63	82
30	72	90
31	78	86
32	72	75
33	88	97
34	77	82
35	65	81

36	76	76
37	73	75
38	87	101
39	63	81
40	65	86
41	93	97
42	61	86
43	93	93
44	77	87
45	66	75
46	81	81
47	88	91
48	68	79
49	85	94
50	79	89
51	64	73
52	66	92
53	81	81
54	77	90
55	88	88
56	74	93
57	61	76
58	81	82
59	76	97
60	86	90
61	77	86
62	61	88
63	89	90
64	77	77
65	84	97
66	81	91
67	75	97
68	78	84
69	82	99
70	69	82
71	95	95
72	82	95
73	97	102
74	80	99
75	94	104

76	66	84
77	68	79
78	82	93
79	85	86
80	75	99
81	89	103
82	83	88
83	79	80
84	73	97
85	93	102
86	88	88
87	73	73
88	84	98
89	82	102
90	73	97
91	76	90
92	73	75
93	81	95
94	81	103
95	69	70
96	93	94
97	76	93
98	97	100
99	83	86
100	87	93
101	63	77
102	91	99
103	84	105
104	93	94
105	78	78
106	79	95
107	85	94
108	75	86
109	93	102
110	75	92
JUMLAH	8573	9593

Rekapitulasi Skor Total Instrumen Hasil Penelitian

No. Resp	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	83	84	6889	7056	6972
2	87	87	7569	7569	7569
3	93	93	8649	8649	8649
4	59	71	3481	5041	4189
5	78	80	6084	6400	6240
6	83	83	6889	6889	6889
7	70	67	4900	4489	4690
8	73	73	5329	5329	5329
9	74	87	5476	7569	6438
10	77	81	5929	6561	6237
11	79	80	6241	6400	6320
12	83	83	6889	6889	6889
13	68	71	4624	5041	4828
14	77	85	5929	7225	6545
15	64	87	4096	7569	5568
16	87	87	7569	7569	7569
17	64	71	4096	5041	4544
18	70	88	4900	7744	6160
19	68	71	4624	5041	4828
20	96	96	9216	9216	9216
21	71	87	5041	7569	6177
22	73	76	5329	5776	5548
23	72	88	5184	7744	6336
24	73	76	5329	5776	5548
25	69	86	4761	7396	5934
26	74	76	5476	5776	5624
27	70	86	4900	7396	6020
28	68	71	4624	5041	4828
29	63	82	3969	6724	5166
30	72	90	5184	8100	6480
31	78	86	6084	7396	6708
32	72	75	5184	5625	5400
33	88	97	7744	9409	8536
34	77	82	5929	6724	6314
35	65	81	4225	6561	5265

36	76	76	5776	5776	5776
37	73	75	5329	5625	5475
38	87	101	7569	10201	8787
39	63	81	3969	6561	5103
40	65	86	4225	7396	5590
41	93	97	8649	9409	9021
42	61	86	3721	7396	5246
43	93	93	8649	8649	8649
44	77	87	5929	7569	6699
45	66	75	4356	5625	4950
46	81	81	6561	6561	6561
47	88	91	7744	8281	8008
48	68	79	4624	6241	5372
49	85	94	7225	8836	7990
50	79	89	6241	7921	7031
51	64	73	4096	5329	4672
52	66	92	4356	8464	6072
53	81	81	6561	6561	6561
54	77	90	5929	8100	6930
55	88	88	7744	7744	7744
56	74	93	5476	8649	6882
57	61	76	3721	5776	4636
58	81	82	6561	6724	6642
59	76	97	5776	9409	7372
60	86	90	7396	8100	7740
61	77	86	5929	7396	6622
62	61	88	3721	7744	5368
63	89	90	7921	8100	8010
64	77	77	5929	5929	5929
65	84	97	7056	9409	8148
66	81	91	6561	8281	7371
67	75	97	5625	9409	7275
68	78	84	6084	7056	6552
69	82	99	6724	9801	8118
70	69	82	4761	6724	5658
71	95	95	9025	9025	9025
72	82	95	6724	9025	7790
73	97	102	9409	10404	9894
74	80	99	6400	9801	7920
75	94	104	8836	10816	9776

76	66	84	4356	7056	5544
77	68	79	4624	6241	5372
78	82	93	6724	8649	7626
79	85	86	7225	7396	7310
80	75	99	5625	9801	7425
81	89	103	7921	10609	9167
82	83	88	6889	7744	7304
83	79	80	6241	6400	6320
84	73	97	5329	9409	7081
85	93	102	8649	10404	9486
86	88	88	7744	7744	7744
87	73	73	5329	5329	5329
88	84	98	7056	9604	8232
89	82	102	6724	10404	8364
90	73	97	5329	9409	7081
91	76	90	5776	8100	6840
92	73	75	5329	5625	5475
93	81	95	6561	9025	7695
94	81	103	6561	10609	8343
95	69	70	4761	4900	4830
96	93	94	8649	8836	8742
97	76	93	5776	8649	7068
98	97	100	9409	10000	9700
99	83	86	6889	7396	7138
100	87	93	7569	8649	8091
101	63	77	3969	5929	4851
102	91	99	8281	9801	9009
103	84	105	7056	11025	8820
104	93	94	8649	8836	8742
105	78	78	6084	6084	6084
106	79	95	6241	9025	7505
107	85	94	7225	8836	7990
108	75	86	5625	7396	6450
109	93	102	8649	10404	9486
110	75	92	5625	8464	6900
JUMLAH	8573	9593	677679	845911	753662

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

1. Rata-rata (X)

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\Sigma X}{n} \\ &= \frac{8573}{110} \\ &= 77.94\end{aligned}$$

1. Rata-rata (Y)

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{\Sigma Y}{n} \\ &= \frac{9593}{110} \\ &= 87.21\end{aligned}$$

2. Varians (X)

$$\begin{aligned}s^2 &= \frac{\Sigma(X - \bar{X})^2}{n - 1} \\ &= \frac{9530.55}{109} \\ &= 87.44\end{aligned}$$

2. Varians (Y)

$$\begin{aligned}s^2 &= \frac{\Sigma(Y - \bar{Y})^2}{n - 1} \\ &= \frac{9314.19}{109} \\ &= 85.45\end{aligned}$$

3. Simpangan Baku (X)

$$\begin{aligned}s &= \sqrt{s^2} \\ &= \sqrt{87.44} \\ &= 9.35\end{aligned}$$

3. Simpangan Baku

$$\begin{aligned}s &= \sqrt{s^2} \\ &= \sqrt{85.45} \\ &= 9.24\end{aligned}$$

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

No.	X	Y	X - \bar{X}	Y - \bar{Y}	(X - \bar{X}) ²	(Y - \bar{Y}) ²
1	83	84	5.06	-3.21	25.64	10.30
2	87	87	9.06	-0.21	82.15	0.04
3	93	93	15.06	5.79	226.91	33.53
4	59	71	-18.94	-16.21	358.59	262.73
5	78	80	0.06	-7.21	0.00	51.97
6	83	83	5.06	-4.21	25.64	17.72
7	70	67	-7.94	-20.21	62.99	408.41
8	73	73	-4.94	-14.21	24.37	201.90
9	74	87	-3.94	-0.21	15.49	0.04
10	77	81	-0.94	-6.21	0.88	38.55
11	79	80	1.06	-7.21	1.13	51.97
12	83	83	5.06	-4.21	25.64	17.72
13	68	71	-9.94	-16.21	98.73	262.73
14	77	85	-0.94	-2.21	0.88	4.88
15	64	87	-13.94	-0.21	194.22	0.04
16	87	87	9.06	-0.21	82.15	0.04
17	64	71	-13.94	-16.21	194.22	262.73
18	70	88	-7.94	0.79	62.99	0.63
19	68	71	-9.94	-16.21	98.73	262.73
20	96	96	18.06	8.79	326.29	77.28
21	71	87	-6.94	-0.21	48.11	0.04
22	73	76	-4.94	-11.21	24.37	125.64
23	72	88	-5.94	0.79	35.24	0.63
24	73	76	-4.94	-11.21	24.37	125.64
25	69	86	-8.94	-1.21	79.86	1.46
26	74	76	-3.94	-11.21	15.49	125.64
27	70	86	-7.94	-1.21	62.99	1.46
28	68	71	-9.94	-16.21	98.73	262.73
29	63	82	-14.94	-5.21	223.09	27.13
30	72	90	-5.94	2.79	35.24	7.79
31	78	86	0.06	-1.21	0.00	1.46
32	72	75	-5.94	-12.21	35.24	149.06
33	88	97	10.06	9.79	101.28	95.86
34	77	82	-0.94	-5.21	0.88	27.13
35	65	81	-12.94	-6.21	167.35	38.55
36	76	76	-1.94	-11.21	3.75	125.64
37	73	75	-4.94	-12.21	24.37	149.06
38	87	101	9.06	13.79	82.15	190.19
39	63	81	-14.94	-6.21	223.09	38.55
40	65	86	-12.94	-1.21	167.35	1.46
41	93	97	15.06	9.79	226.91	95.86
42	61	86	-16.94	-1.21	286.84	1.46
43	93	93	15.06	5.79	226.91	33.53
44	77	87	-0.94	-0.21	0.88	0.04

45	66	75	-11.94	-12.21	142.48	149.06
46	81	81	3.06	-6.21	9.39	38.55
47	88	91	10.06	3.79	101.28	14.37
48	68	79	-9.94	-8.21	98.73	67.39
49	85	94	7.06	6.79	49.89	46.12
50	79	89	1.06	1.79	1.13	3.21
51	64	73	-13.94	-14.21	194.22	201.90
52	66	92	-11.94	4.79	142.48	22.95
53	81	81	3.06	-6.21	9.39	38.55
54	77	90	-0.94	2.79	0.88	7.79
55	88	88	10.06	0.79	101.28	0.63
56	74	93	-3.94	5.79	15.49	33.53
57	61	76	-16.94	-11.21	286.84	125.64
58	81	82	3.06	-5.21	9.39	27.13
59	76	97	-1.94	9.79	3.75	95.86
60	86	90	8.06	2.79	65.02	7.79
61	77	86	-0.94	-1.21	0.88	1.46
62	61	88	-16.94	0.79	286.84	0.63
63	89	90	11.06	2.79	122.40	7.79
64	77	77	-0.94	-10.21	0.88	104.23
65	84	97	6.06	9.79	36.77	95.86
66	81	91	3.06	3.79	9.39	14.37
67	75	97	-2.94	9.79	8.62	95.86
68	78	84	0.06	-3.21	0.00	10.30
69	82	99	4.06	11.79	16.51	139.03
70	69	82	-8.94	-5.21	79.86	27.13
71	95	95	17.06	7.79	291.17	60.70
72	82	95	4.06	7.79	16.51	60.70
73	97	102	19.06	14.79	363.42	218.77
74	80	99	2.06	11.79	4.26	139.03
75	94	104	16.06	16.79	258.04	281.93
76	66	84	-11.94	-3.21	142.48	10.30
77	68	79	-9.94	-8.21	98.73	67.39
78	82	93	4.06	5.79	16.51	33.53
79	85	86	7.06	-1.21	49.89	1.46
80	75	99	-2.94	11.79	8.62	139.03
81	89	103	11.06	15.79	122.40	249.35
82	83	88	5.06	0.79	25.64	0.63
83	79	80	1.06	-7.21	1.13	51.97
84	73	97	-4.94	9.79	24.37	95.86
85	93	102	15.06	14.79	226.91	218.77
86	88	88	10.06	0.79	101.28	0.63
87	73	73	-4.94	-14.21	24.37	201.90
88	84	98	6.06	10.79	36.77	116.44
89	82	102	4.06	14.79	16.51	218.77
90	73	97	-4.94	9.79	24.37	95.86
91	76	90	-1.94	2.79	3.75	7.79
92	73	75	-4.94	-12.21	24.37	149.06
93	81	95	3.06	7.79	9.39	60.70
94	81	103	3.06	15.79	9.39	249.35
95	69	70	-8.94	-17.21	79.86	296.15

96	93	94	15.06	6.79	226.91	46.12
97	76	93	-1.94	5.79	3.75	33.53
98	97	100	19.06	12.79	363.42	163.61
99	83	86	5.06	-1.21	25.64	1.46
100	87	93	9.06	5.79	82.15	33.53
101	63	77	-14.94	-10.21	223.09	104.23
102	91	99	13.06	11.79	170.66	139.03
103	84	105	6.06	17.79	36.77	316.52
104	93	94	15.06	6.79	226.91	46.12
105	78	78	0.06	-9.21	0.00	84.81
106	79	95	1.06	7.79	1.13	60.70
107	85	94	7.06	6.79	49.89	46.12
108	75	86	-2.94	-1.21	8.62	1.46
109	93	102	15.06	14.79	226.91	218.77
110	75	92	-2.94	4.79	8.62	22.95
Jumlah	8573	9593			9530.55	9314.19

Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram KEPUTUSAN PEMBELIAN

1. Menentukan Rentang

Rentang = Data terbesar - data terkecil

$$= 105 - 67$$

$$= 38$$

2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

$$K = 1 + (3.3) \log n$$

$$= 1 + (3.3) \log 110$$

$$= 1 + (3.3) 2.041393$$

$$= 7.74$$

= 7.74 (ditetapkan menjadi 8)

3. Panjang Kelas Interval (KI)

$$P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}}$$

$$= \frac{38}{8} = 4.75 \text{ (ditetapkan menjadi } 5 \text{)}$$

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
67	-	71	66.5	71.5	7	6.4%
72	-	76	71.5	76.5	12	10.9%
77	-	81	76.5	81.5	13	11.8%
82	-	86	81.5	86.5	19	17.3%
87	-	91	86.5	91.5	20	18.2%
92	-	96	91.5	96.5	17	15.5%
97	-	101	96.5	101.5	14	12.7%
102		106	101.5	106.5	8	7.3%
Jumlah					110	100%

Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram KERAGAMAN PRODUK

1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 97 - 59 \\ &= 38 \end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

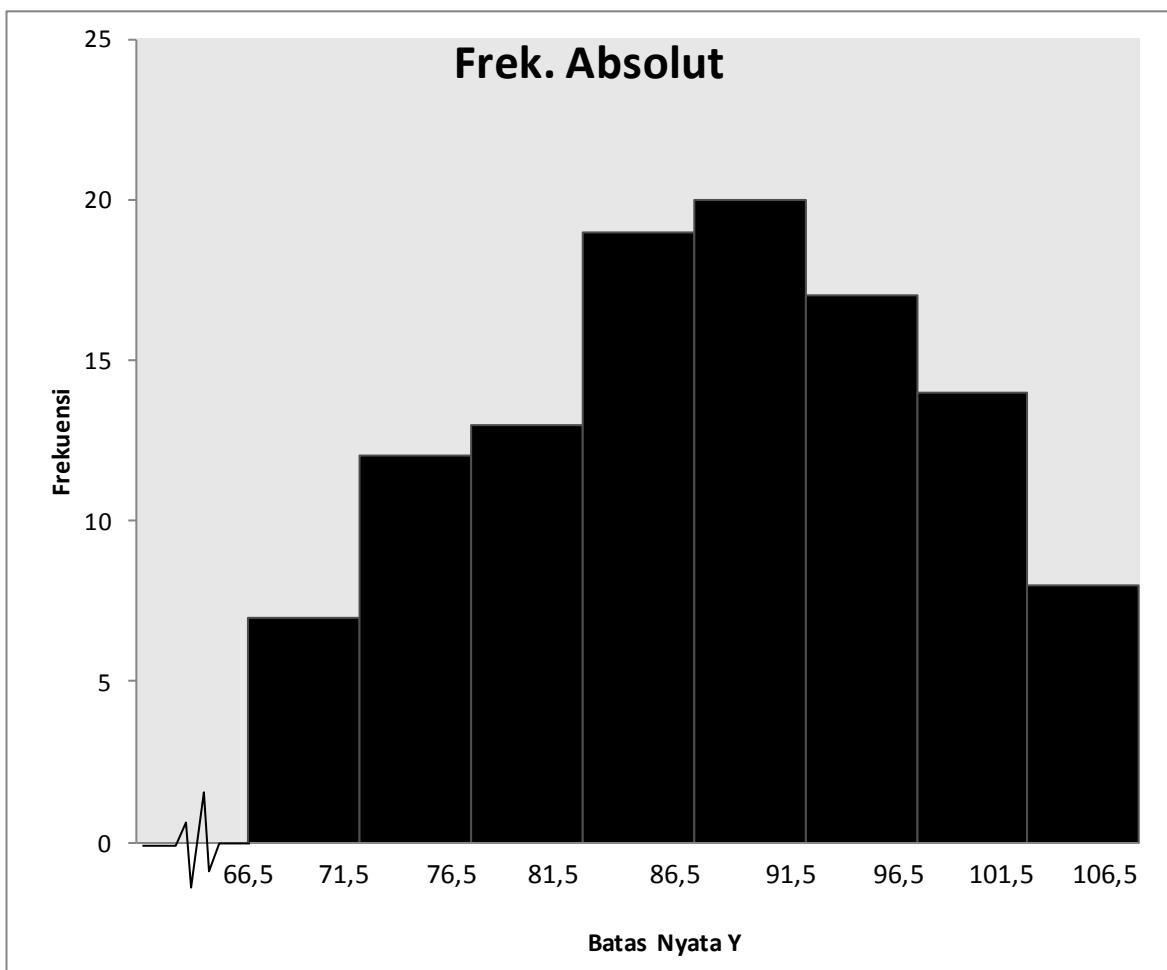
$$\begin{aligned} K &= 1 + (3.3) \log n \\ &= 1 + (3.3) \log 110 \\ &= 1 + (3.3) \quad 2.041393 \\ &= 7.74 \\ &= 7.74 \text{ (ditetapkan menjadi 8)} \end{aligned}$$

3. Panjang Kelas Interval (KI)

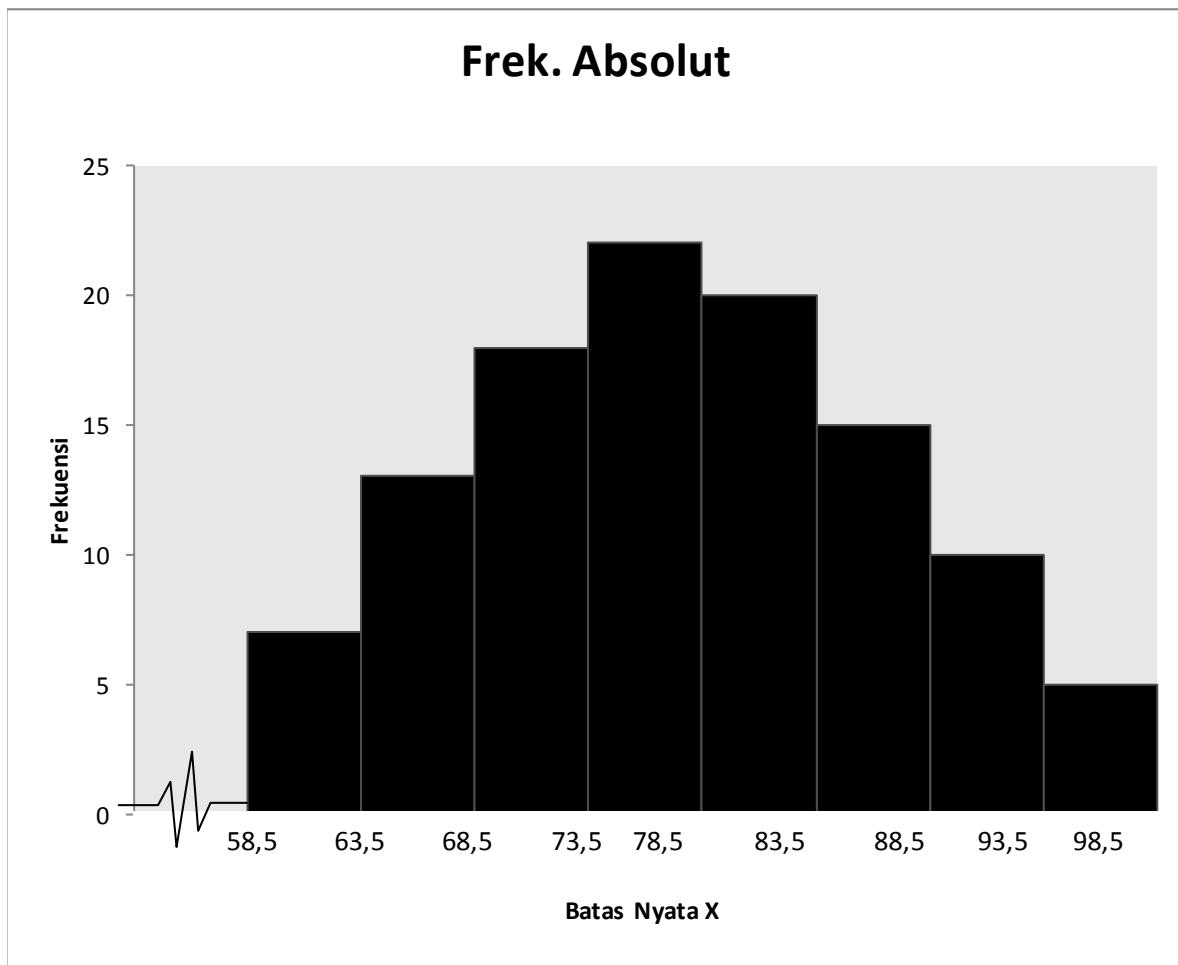
$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{38}{8} = 4.75 \quad (\text{ditetapkan menjadi } 5) \end{aligned}$$

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
59	-	63	58.5	63.5	7	6.4%
64	-	68	63.5	68.5	13	11.8%
69	-	73	68.5	73.5	18	16.4%
74	-	78	73.5	78.5	22	20.0%
79	-	83	78.5	83.5	20	18.2%
84	-	88	83.5	88.5	15	13.6%
89	-	93	88.5	93.5	10	9.1%
94	-	98	93.5	98.5	5	4.5%
Jumlah					110	100%

GRAFIK HISTOGRAM
VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)



GRAFIK HISTOGRAM
VARIABEL X1 (KERAGAMAN PRODUK)



PERHITUNGAN PERSAMAAN REGRESI LINEAR SEDERHANA

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

$$n = 110$$

$$\Sigma X^2 = 677679$$

$$\Sigma XY = 753662$$

$$\Sigma Y^2 = 845911$$

$$\Sigma X = 8573$$

$$\bar{Y} = \frac{\Sigma Y}{n} = \frac{9593}{110} = 87.21$$

$$\Sigma Y = 9593$$

$$\bar{X} = \frac{\Sigma X}{n} = \frac{8573}{110} = 77.94$$

$$\begin{aligned}\Sigma x^2 &= \Sigma X^2 - \frac{(\Sigma X)^2}{n} \\ &= 677679 - \frac{73496329}{110} \\ &= 9530.55\end{aligned}$$

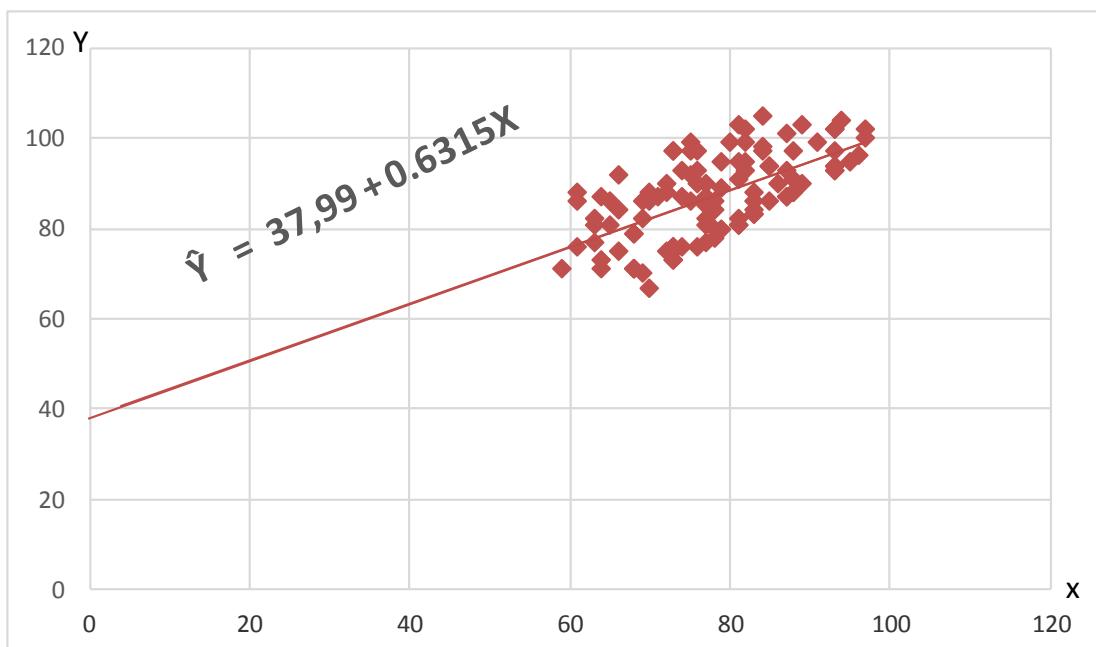
$$\begin{aligned}\Sigma xy &= \Sigma XY - \frac{(\Sigma X)(\Sigma Y)}{n} \\ &= 753662 - \frac{82240789}{110} \\ &= 6018.46\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\Sigma y^2 &= \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n} \\ &= 845911 - \frac{92025649}{110} \\ &= 9314.19\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}b &= \frac{\Sigma xy}{\Sigma x^2} \\ &= \frac{6018.4636}{9530.55} \\ &= 0.6315 \\ &= \mathbf{0.6315}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}a &= \bar{Y} - b\bar{X} \\ &= 87.21 - (0.63 \times 77.94) \\ &= \mathbf{37.99}\end{aligned}$$

Jadi Persamaan Regresi adalah $\hat{Y} = 37.99 + 0.6315X$

GRAFIK PERSAMAAN REGRESI

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

n	X	$\hat{Y} = 37.99 + 0.6315X$				Ŷ	
1	83	37.99	+	0.63	.	83	90.41
2	87	37.99	+	0.63	.	87	92.93
3	93	37.99	+	0.63	.	93	96.72
4	59	37.99	+	0.63	.	59	75.25
5	78	37.99	+	0.63	.	78	87.25
6	83	37.99	+	0.63	.	83	90.41
7	70	37.99	+	0.63	.	70	82.20
8	73	37.99	+	0.63	.	73	84.09
9	74	37.99	+	0.63	.	74	84.72
10	77	37.99	+	0.63	.	77	86.62
11	79	37.99	+	0.63	.	79	87.88
12	83	37.99	+	0.63	.	83	90.41
13	68	37.99	+	0.63	.	68	80.93
14	77	37.99	+	0.63	.	77	86.62
15	64	37.99	+	0.63	.	64	78.41
16	87	37.99	+	0.63	.	87	92.93
17	64	37.99	+	0.63	.	64	78.41
18	70	37.99	+	0.63	.	70	82.20
19	68	37.99	+	0.63	.	68	80.93
20	96	37.99	+	0.63	.	96	98.62
21	71	37.99	+	0.63	.	71	82.83
22	73	37.99	+	0.63	.	73	84.09
23	72	37.99	+	0.63	.	72	83.46
24	73	37.99	+	0.63	.	73	84.09
25	69	37.99	+	0.63	.	69	81.57
26	74	37.99	+	0.63	.	74	84.72
27	70	37.99	+	0.63	.	70	82.20
28	68	37.99	+	0.63	.	68	80.93
29	63	37.99	+	0.63	.	63	77.78
30	72	37.99	+	0.63	.	72	83.46
31	78	37.99	+	0.63	.	78	87.25
32	72	37.99	+	0.63	.	72	83.46
33	88	37.99	+	0.63	.	88	93.56
34	77	37.99	+	0.63	.	77	86.62
35	65	37.99	+	0.63	.	65	79.04
36	76	37.99	+	0.63	.	76	85.99
37	73	37.99	+	0.63	.	73	84.09
38	87	37.99	+	0.63	.	87	92.93
39	63	37.99	+	0.63	.	63	77.78
40	65	37.99	+	0.63	.	65	79.04
41	93	37.99	+	0.63	.	93	96.72
42	61	37.99	+	0.63	.	61	76.51
43	93	37.99	+	0.63	.	93	96.72
44	77	37.99	+	0.63	.	77	86.62
45	66	37.99	+	0.63	.	66	79.67

46	81	37.99	+	0.63	.	81	89.14
47	88	37.99	+	0.63	.	88	93.56
48	68	37.99	+	0.63	.	68	80.93
49	85	37.99	+	0.63	.	85	91.67
50	79	37.99	+	0.63	.	79	87.88
51	64	37.99	+	0.63	.	64	78.41
52	66	37.99	+	0.63	.	66	79.67
53	81	37.99	+	0.63	.	81	89.14
54	77	37.99	+	0.63	.	77	86.62
55	88	37.99	+	0.63	.	88	93.56
56	74	37.99	+	0.63	.	74	84.72
57	61	37.99	+	0.63	.	61	76.51
58	81	37.99	+	0.63	.	81	89.14
59	76	37.99	+	0.63	.	76	85.99
60	86	37.99	+	0.63	.	86	92.30
61	77	37.99	+	0.63	.	77	86.62
62	61	37.99	+	0.63	.	61	76.51
63	89	37.99	+	0.63	.	89	94.20
64	77	37.99	+	0.63	.	77	86.62
65	84	37.99	+	0.63	.	84	91.04
66	81	37.99	+	0.63	.	81	89.14
67	75	37.99	+	0.63	.	75	85.35
68	78	37.99	+	0.63	.	78	87.25
69	82	37.99	+	0.63	.	82	89.78
70	69	37.99	+	0.63	.	69	81.57
71	95	37.99	+	0.63	.	95	97.98
72	82	37.99	+	0.63	.	82	89.78
73	97	37.99	+	0.63	.	97	99.25
74	80	37.99	+	0.63	.	80	88.51
75	94	37.99	+	0.63	.	94	97.35
76	66	37.99	+	0.63	.	66	79.67
77	68	37.99	+	0.63	.	68	80.93
78	82	37.99	+	0.63	.	82	89.78
79	85	37.99	+	0.63	.	85	91.67
80	75	37.99	+	0.63	.	75	85.35
81	89	37.99	+	0.63	.	89	94.20
82	83	37.99	+	0.63	.	83	90.41
83	79	37.99	+	0.63	.	79	87.88
84	73	37.99	+	0.63	.	73	84.09
85	93	37.99	+	0.63	.	93	96.72
86	88	37.99	+	0.63	.	88	93.56

87	73	37.99	+	0.63	.	73	84.09
88	84	37.99	+	0.63	.	84	91.04
89	82	37.99	+	0.63	.	82	89.78
90	73	37.99	+	0.63	.	73	84.09
91	76	37.99	+	0.63	.	76	85.99
92	73	37.99	+	0.63	.	73	84.09
93	81	37.99	+	0.63	.	81	89.14
94	81	37.99	+	0.63	.	81	89.14
95	69	37.99	+	0.63	.	69	81.57
96	93	37.99	+	0.63	.	93	96.72
97	76	37.99	+	0.63	.	76	85.99
98	97	37.99	+	0.63	.	97	99.25
99	83	37.99	+	0.63	.	83	90.41
100	87	37.99	+	0.63	.	87	92.93
101	63	37.99	+	0.63	.	63	77.78
102	91	37.99	+	0.63	.	91	95.46
103	84	37.99	+	0.63	.	84	91.04
104	93	37.99	+	0.63	.	93	96.72
105	78	37.99	+	0.63	.	78	87.25
106	79	37.99	+	0.63	.	79	87.88
107	85	37.99	+	0.63	.	85	91.67
108	75	37.99	+	0.63	.	75	85.35
109	93	37.99	+	0.63	.	93	96.72
110	75	37.99	+	0.63	.	75	85.35

**TABEL PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIANS DAN SIMPANGAN BAKU
PERSAMAAN REGRESI $\hat{Y} = 37.99 + 0,6315X$**

No.	X	Y	\hat{Y}	(Y - \hat{Y})	(Y - \hat{Y}) - ($\bar{Y} - \hat{Y}$)	$[(Y - \hat{Y}) - (\bar{Y} - \hat{Y})]^2$
1	59	71	75.25	-4.25	-4.25	18.07
2	61	86	76.51	9.49	9.49	89.99
3	61	76	76.51	-0.51	-0.51	0.26
4	61	88	76.51	11.49	11.49	131.93
5	63	82	77.78	4.22	4.22	17.83
6	63	81	77.78	3.22	3.22	10.39
7	63	77	77.78	-0.78	-0.78	0.60
8	64	87	78.41	8.59	8.59	73.82
9	64	71	78.41	-7.41	-7.41	54.88
10	64	73	78.41	-5.41	-5.41	29.25
11	65	81	79.04	1.96	1.96	3.84
12	65	86	79.04	6.96	6.96	48.44
13	66	75	79.67	-4.67	-4.67	21.82
14	66	92	79.67	12.33	12.33	151.99
15	66	84	79.67	4.33	4.33	18.74
16	68	71	80.93	-9.93	-9.93	98.69
17	68	71	80.93	-9.93	-9.93	98.69
18	68	71	80.93	-9.93	-9.93	98.69
19	68	79	80.93	-1.93	-1.93	3.74
20	68	79	80.93	-1.93	-1.93	3.74
21	69	86	81.57	4.43	4.43	19.66
22	69	82	81.57	0.43	0.43	0.19
23	69	70	81.57	-11.57	-11.57	133.77
24	70	67	82.20	-15.20	-15.20	230.96
25	70	88	82.20	5.80	5.80	33.67
26	70	86	82.20	3.80	3.80	14.46
27	71	87	82.83	4.17	4.17	17.40
28	72	88	83.46	4.54	4.54	20.61
29	72	90	83.46	6.54	6.54	42.77
30	72	75	83.46	-8.46	-8.46	71.58
31	73	73	84.09	-11.09	-11.09	123.03
32	73	76	84.09	-8.09	-8.09	65.48
33	73	76	84.09	-8.09	-8.09	65.48
34	73	75	84.09	-9.09	-9.09	82.66
35	73	97	84.09	12.91	12.91	166.62
36	73	73	84.09	-11.09	-11.09	123.03
37	73	97	84.09	12.91	12.91	166.62
38	73	75	84.09	-9.09	-9.09	82.66
39	74	87	84.72	2.28	2.28	5.18
40	74	76	84.72	-8.72	-8.72	76.10
41	74	93	84.72	8.28	8.28	68.50
42	75	97	85.35	11.65	11.65	135.61
43	75	99	85.35	13.65	13.65	186.19
44	75	86	85.35	0.65	0.65	0.42
45	75	92	85.35	6.65	6.65	44.16

46	76	76	85.99	-9.99	-9.99	99.73
47	76	97	85.99	11.01	11.01	121.30
48	76	90	85.99	4.01	4.01	16.11
49	76	93	85.99	7.01	7.01	49.19
50	77	81	86.62	-5.62	-5.62	31.56
51	77	85	86.62	-1.62	-1.62	2.62
52	77	82	86.62	-4.62	-4.62	21.32
53	77	87	86.62	0.38	0.38	0.15
54	77	90	86.62	3.38	3.38	11.44
55	77	86	86.62	-0.62	-0.62	0.38
56	77	77	86.62	-9.62	-9.62	92.50
57	78	80	87.25	-7.25	-7.25	52.55
58	78	86	87.25	-1.25	-1.25	1.56
59	78	84	87.25	-3.25	-3.25	10.56
60	78	78	87.25	-9.25	-9.25	85.55
61	79	80	87.88	-7.88	-7.88	62.11
62	79	89	87.88	1.12	1.12	1.25
63	79	80	87.88	-7.88	-7.88	62.11
64	79	95	87.88	7.12	7.12	50.68
65	80	99	88.51	10.49	10.49	109.99
66	81	81	89.14	-8.14	-8.14	66.32
67	81	81	89.14	-8.14	-8.14	66.32
68	81	82	89.14	-7.14	-7.14	51.03
69	81	91	89.14	1.86	1.86	3.45
70	81	95	89.14	5.86	5.86	34.30
71	81	103	89.14	13.86	13.86	192.00
72	82	99	89.78	9.22	9.22	85.10
73	82	95	89.78	5.22	5.22	27.30
74	82	93	89.78	3.22	3.22	10.40
75	82	102	89.78	12.22	12.22	149.44
76	83	84	90.41	-6.41	-6.41	41.05
77	83	83	90.41	-7.41	-7.41	54.86
78	83	83	90.41	-7.41	-7.41	54.86
79	83	88	90.41	-2.41	-2.41	5.79
80	83	86	90.41	-4.41	-4.41	19.42
81	84	97	91.04	5.96	5.96	35.54
82	84	98	91.04	6.96	6.96	48.47
83	84	105	91.04	13.96	13.96	194.93
84	85	94	91.67	2.33	2.33	5.43
85	85	86	91.67	-5.67	-5.67	32.15
86	85	94	91.67	2.33	2.33	5.43
87	86	90	92.30	-2.30	-2.30	5.30
88	87	87	92.93	-5.93	-5.93	35.20
89	87	87	92.93	-5.93	-5.93	35.20
90	87	101	92.93	8.07	8.07	65.08
91	87	93	92.93	0.07	0.07	0.00
92	88	97	93.56	3.44	3.44	11.80
93	88	91	93.56	-2.56	-2.56	6.58
94	88	88	93.56	-5.56	-5.56	30.96
95	88	88	93.56	-5.56	-5.56	30.96
96	89	90	94.20	-4.20	-4.20	17.60
97	89	103	94.20	8.80	8.80	77.52
98	91	99	95.46	3.54	3.54	12.54

99	93	93	96.72	-3.72	-3.72	13.85
100	93	97	96.72	0.28	0.28	0.08
101	93	93	96.72	-3.72	-3.72	13.85
102	93	102	96.72	5.28	5.28	27.86
103	93	94	96.72	-2.72	-2.72	7.41
104	93	94	96.72	-2.72	-2.72	7.41
105	93	102	96.72	5.28	5.28	27.86
106	94	104	97.35	6.65	6.65	44.18
107	95	95	97.98	-2.98	-2.98	8.91
108	96	96	98.62	-2.62	-2.62	6.84
109	97	102	99.25	2.75	2.75	7.58
110	97	100	99.25	0.75	0.75	0.57
Jumlah	8573	9593		0.00	0.00	5513.58

PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIANS, SIMPANGAN BAKU

$$\text{PERSAMAAN REGRESI } \hat{Y} = 37.99 + 0,6315X$$

$$\begin{aligned} 1. \text{ Rata-rata} &= \overline{Y - \hat{Y}} = \frac{\Sigma(Y - \hat{Y})}{n} \\ &= \frac{0.00}{110} \\ &= 0.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 2. \text{ Varians} &= S^2 = \frac{\Sigma\{(Y - \hat{Y}) - (\overline{Y - \hat{Y}})\}^2}{n - 1} \\ &= \frac{5513.58}{109} \\ &= 50.58 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 3. \text{ Simpangan Baku} &= S = \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{50.58} \\ &= 7.11 \end{aligned}$$

PERHITUNGAN NORMALITAS GALAT TAKSIRAN REGRESI Y ATAS X1
PERSAMAAN REGRESI $\hat{Y} = 37.99 + 0,6315X$

No.	$(Y - \hat{Y})$	$(Y - \hat{Y}) - (\bar{Y} - \hat{Y})$	z_i	z_t	$F(z_i)$	$S(z_i)$	$ F(z_i) - S(z_i) $
1	-15.20	-15.20	-2.137	0.4834	0.017	0.0091	0.0075
2	-11.57	-11.57	-1.627	0.4474	0.053	0.0182	0.0344
3	-11.09	-11.09	-1.559	0.4394	0.061	0.0273	0.0333
4	-11.09	-11.09	-1.559	0.4394	0.061	0.0364	0.0242
5	-9.99	-9.99	-1.405	0.4192	0.081	0.0455	0.0353
6	-9.93	-9.93	-1.396	0.4177	0.082	0.0545	0.0278
7	-9.93	-9.93	-1.396	0.4177	0.082	0.0636	0.0187
8	-9.93	-9.93	-1.396	0.4177	0.082	0.0727	0.0096
9	-9.62	-9.62	-1.353	0.4115	0.089	0.0818	0.0067
10	-9.25	-9.25	-1.301	0.4032	0.097	0.0909	0.0059
11	-9.09	-9.09	-1.278	0.3980	0.102	0.1000	0.0020
12	-9.09	-9.09	-1.278	0.3980	0.102	0.1091	0.0071
13	-8.72	-8.72	-1.226	0.3888	0.111	0.1182	0.0070
14	-8.46	-8.46	-1.190	0.3810	0.119	0.1273	0.0083
15	-8.14	-8.14	-1.145	0.3729	0.127	0.1364	0.0093
16	-8.14	-8.14	-1.145	0.3729	0.127	0.1455	0.0184
17	-8.09	-8.09	-1.137	0.3708	0.129	0.1545	0.0253
18	-8.09	-8.09	-1.137	0.3708	0.129	0.1636	0.0344
19	-7.88	-7.88	-1.108	0.3643	0.136	0.1727	0.0370
20	-7.88	-7.88	-1.108	0.3643	0.136	0.1818	0.0461
21	-7.41	-7.41	-1.042	0.3508	0.149	0.1909	0.0417
22	-7.41	-7.41	-1.042	0.3508	0.149	0.2000	0.0508
23	-7.41	-7.41	-1.042	0.3508	0.149	0.2091	0.0599
24	-7.25	-7.25	-1.019	0.3438	0.156	0.2182	0.0620
25	-7.14	-7.14	-1.004	0.3413	0.159	0.2273	0.0686
26	-6.41	-6.41	-0.901	0.3159	0.184	0.2364	0.0523
27	-5.93	-5.93	-0.834	0.2967	0.203	0.2455	0.0422
28	-5.93	-5.93	-0.834	0.2967	0.203	0.2545	0.0512
29	-5.67	-5.67	-0.797	0.2852	0.215	0.2636	0.0488
30	-5.62	-5.62	-0.790	0.2852	0.215	0.2727	0.0579
31	-5.56	-5.56	-0.782	0.2823	0.218	0.2818	0.0641
32	-5.56	-5.56	-0.782	0.2823	0.218	0.2909	0.0732
33	-5.41	-5.41	-0.761	0.2764	0.224	0.3000	0.0764
34	-4.67	-4.67	-0.657	0.2422	0.258	0.3091	0.0513
35	-4.62	-4.62	-0.650	0.2389	0.261	0.3182	0.0571
36	-4.41	-4.41	-0.620	0.2324	0.268	0.3273	0.0597
37	-4.25	-4.25	-0.598	0.2224	0.278	0.3364	0.0588
38	-4.20	-4.20	-0.591	0.2224	0.278	0.3455	0.0679
39	-3.72	-3.72	-0.523	0.1985	0.302	0.3545	0.0530
40	-3.72	-3.72	-0.523	0.1985	0.302	0.3636	0.0621

41	-3.25	-3.25	-0.457	0.1736	0.326	0.3727	0.0463
42	-2.98	-2.98	-0.419	0.1591	0.341	0.3818	0.0409
43	-2.72	-2.72	-0.382	0.1480	0.352	0.3909	0.0389
44	-2.72	-2.72	-0.382	0.1480	0.352	0.4000	0.0480
45	-2.62	-2.62	-0.368	0.1406	0.359	0.4091	0.0497
46	-2.56	-2.56	-0.360	0.1368	0.363	0.4182	0.0550
47	-2.41	-2.41	-0.339	0.1293	0.371	0.4273	0.0566
48	-2.30	-2.30	-0.323	0.1255	0.375	0.4364	0.0619
49	-1.93	-1.93	-0.271	0.1064	0.394	0.4455	0.0519
50	-1.93	-1.93	-0.271	0.1064	0.394	0.4545	0.0609
51	-1.62	-1.62	-0.228	0.0871	0.413	0.4636	0.0507
52	-1.25	-1.25	-0.176	0.0675	0.433	0.4727	0.0402
53	-0.78	-0.78	-0.110	0.0398	0.460	0.4818	0.0216
54	-0.62	-0.62	-0.087	0.0319	0.468	0.4909	0.0228
55	-0.51	-0.51	-0.072	0.0279	0.472	0.5000	0.0279
56	0.07	0.07	0.010	0.0000	0.500	0.5091	0.0091
57	0.28	0.28	0.039	0.0120	0.512	0.5182	0.0062
58	0.38	0.38	0.053	0.0199	0.520	0.5273	0.0074
59	0.43	0.43	0.060	0.0239	0.524	0.5364	0.0125
60	0.65	0.65	0.091	0.0359	0.536	0.5455	0.0096
61	0.75	0.75	0.105	0.0398	0.540	0.5545	0.0147
62	1.12	1.12	0.157	0.0596	0.560	0.5636	0.0040
63	1.86	1.86	0.262	0.1026	0.603	0.5727	0.0299
64	1.96	1.96	0.276	0.1064	0.606	0.5818	0.0246
65	2.28	2.28	0.321	0.1255	0.626	0.5909	0.0346
66	2.33	2.33	0.328	0.1255	0.626	0.6000	0.0255
67	2.33	2.33	0.328	0.1255	0.626	0.6091	0.0164
68	2.75	2.75	0.387	0.1480	0.648	0.6182	0.0298
69	3.22	3.22	0.453	0.1736	0.674	0.6273	0.0463
70	3.22	3.22	0.453	0.1736	0.674	0.6364	0.0372
71	3.38	3.38	0.475	0.1808	0.681	0.6455	0.0353
72	3.44	3.44	0.484	0.1844	0.684	0.6545	0.0299
73	3.54	3.54	0.498	0.1879	0.688	0.6636	0.0243
74	3.80	3.80	0.534	0.2019	0.702	0.6727	0.0292
75	4.01	4.01	0.564	0.2123	0.712	0.6818	0.0305
76	4.17	4.17	0.586	0.2190	0.719	0.6909	0.0281
77	4.22	4.22	0.593	0.2224	0.722	0.7000	0.0224
78	4.33	4.33	0.609	0.2258	0.726	0.7091	0.0167
79	4.43	4.43	0.623	0.2324	0.732	0.7182	0.0142
80	4.54	4.54	0.638	0.2357	0.736	0.7273	0.0084

81	5.22	5.22	0.734	0.2673	0.767	0.7364	0.0309
82	5.28	5.28	0.742	0.2704	0.770	0.7455	0.0249
83	5.28	5.28	0.742	0.2704	0.770	0.7545	0.0159
84	5.80	5.80	0.816	0.2910	0.791	0.7636	0.0274
85	5.86	5.86	0.824	0.2939	0.794	0.7727	0.0212
86	5.96	5.96	0.838	0.2967	0.797	0.7818	0.0149
87	6.54	6.54	0.920	0.3186	0.819	0.7909	0.0277
88	6.65	6.65	0.935	0.3238	0.824	0.8000	0.0238
89	6.65	6.65	0.935	0.3238	0.824	0.8091	0.0147
90	6.96	6.96	0.979	0.3340	0.834	0.8182	0.0158
91	6.96	6.96	0.979	0.3340	0.834	0.8273	0.0067
92	7.01	7.01	0.986	0.3365	0.837	0.8364	0.0001
93	7.12	7.12	1.001	0.3413	0.841	0.8455	0.0042
94	8.07	8.07	1.135	0.3708	0.871	0.8545	0.0163
95	8.28	8.28	1.164	0.3770	0.877	0.8636	0.0134
96	8.59	8.59	1.208	0.3849	0.885	0.8727	0.0122
97	8.80	8.80	1.237	0.3907	0.891	0.8818	0.0089
98	9.22	9.22	1.296	0.4015	0.902	0.8909	0.0106
99	9.49	9.49	1.334	0.4082	0.908	0.9000	0.0082
100	10.49	10.49	1.475	0.4292	0.929	0.9091	0.0201
101	11.01	11.01	1.548	0.4382	0.938	0.9182	0.0200
102	11.49	11.49	1.616	0.4463	0.946	0.9273	0.0190
103	11.65	11.65	1.638	0.4484	0.948	0.9364	0.0120
104	12.22	12.22	1.718	0.4564	0.956	0.9455	0.0109
105	12.33	12.33	1.734	0.4582	0.958	0.9545	0.0037
106	12.91	12.91	1.815	0.4649	0.965	0.9636	0.0013
107	12.91	12.91	1.815	0.4649	0.965	0.9727	0.0078
108	13.65	13.65	1.919	0.4719	0.972	0.9818	0.0099
109	13.86	13.86	1.949	0.4738	0.974	0.9909	0.0171
110	13.96	13.96	1.963	0.4750	0.975	1.0000	0.0250

Dari perhitungan, didapat nilai L_{hitung} terbesar = 0.0764 L_{tabel} untuk $n = 110$ dengan taraf signifikan 0,05 adalah 0,0844. $L_{hitung} < L_{tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan data berdistribusi Normal.

**LANGKAH PERHITUNGAN UJI NORMALITAS GALAT TAKSIRAN
PERSAMAAN REGRESI $\hat{Y} = 37.99 + 0,6315X$**

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

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

Data diurutkan dari data yang terkecil sampai yang terbesar

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

Mengikuti kolom $Y - \hat{Y}$

3. Kolom Z_i

untuk $i = 1$

$$Z_i = \frac{\{(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}\}}{S} = \frac{-15.20}{7.11} = -2.137$$

4. Kolom Z_t

Nilai Z_t dikonsultasikan pada daftar F, misalnya :

Cari -2.14 diperoleh $Z_t = 0.4834$

Untuk $Z_i = -2.137$, maka $F(z_i) = 0.5 - 0.4834 = 0.0166$

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

$$\text{Kolom } S(z_i) = \frac{1}{110} = 0.0091$$

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

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

$$= | 0.0166 - 0.0091 | = 0.0075$$

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

PERHITUNGAN JK (G) Y Atas X1

No.	K	n	X	Y	Y ²	XY	ΣY^2	(ΣY)	$(\Sigma Y)^2$	$\frac{(\Sigma Y)^2}{nK}$	$\left\{ \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{nK} \right\}$
										nK	
1	I	1	59	71	5041	4189					
2	II	3	61	86	7396	5246	20916	250	62500	20,833.33	82.67
3			61	76	5776	4636					
4			61	88	7744	5368					
5	III	3	63	82	6724	5166	19214	240	57600	19,200.00	14.00
6			63	81	6561	5103					
7			63	77	5929	4851					
8	IV	3	64	87	7569	5568	17939	231	53361	17,787.00	152.00
9			64	71	5041	4544					
10			64	73	5329	4672					
11	V	2	65	81	6561	5265	13957	167	27889	13,944.50	12.50
12			65	86	7396	5590					
13	VI	3	66	75	5625	4950	21145	251	63001	21,000.33	144.67
14			66	92	8464	6072					
15			66	84	7056	5544					
16	VII	5	68	71	5041	4828	27605	371	137641	27,528.20	76.80
17			68	71	5041	4828					
18			68	71	5041	4828					
19			68	79	6241	5372					
20			68	79	6241	5372					
21	VIII	3	69	86	7396	5934	19020	238	56644	18,881.33	138.67
22			69	82	6724	5658					
23			69	70	4900	4830					
24	IX	3	70	67	4489	4690	19629	241	58081	19,360.33	268.67
25			70	88	7744	6160					
26			70	86	7396	6020					
27	X	1	71	87	7569	6177					
28	XI	3	72	88	7744	6336	21469	253	64009	21,336.33	132.67
29			72	90	8100	6480					
30			72	75	5625	5400					
31	XII	8	73	73	5329	5329	52278	642	412164	51,520.50	757.50
32			73	76	5776	5548					
33			73	76	5776	5548					
34			73	75	5625	5475					
35			73	97	9409	7081					
36			73	73	5329	5329					
37			73	97	9409	7081					
38			73	75	5625	5475					
39	XIII	3	74	87	7569	6438	21994	256	65536	21,845.33	148.67
40			74	76	5776	5624					

41			74	93	8649	6882					
42	XIV	4	75	97	9409	7275	35070	374	139876	34,969.00	101.00
43			75	99	9801	7425					
44			75	86	7396	6450					
45			75	92	8464	6900					
46	XV	4	76	76	5776	5776	31934	356	126736	31,684.00	250.00
47			76	97	9409	7372					
48			76	90	8100	6840					
49			76	93	8649	7068					
50	XVI	7	77	81	6561	6237	49504	588	345744	49,392.00	112.00
51			77	85	7225	6545					
52			77	82	6724	6314					
53			77	87	7569	6699					
54			77	90	8100	6930					
55			77	86	7396	6622					
56			77	77	5929	5929					
57	XVII	4	78	80	6400	6240	26936	328	107584	26,896.00	40.00
58			78	86	7396	6708					
59			78	84	7056	6552					
60			78	78	6084	6084					
61	XVIII	4	79	80	6400	6320	29746	344	118336	29,584.00	162.00
62			79	89	7921	7031					
63			79	80	6400	6320					
64			79	95	9025	7505					
65	XIX	1	80	99	9801	7920					
66	XX	6	81	81	6561	6561	47761	533	284089	47,348.17	412.83
67			81	81	6561	6561					
68			81	82	6724	6642					
69			81	91	8281	7371					
70			81	95	9025	7695					
71			81	103	10609	8343					
72	XXI	4	82	99	9801	8118	37879	389	151321	37,830.25	48.75
73			82	95	9025	7790					
74			82	93	8649	7626					
75			82	102	10404	8364					
76	XXII	5	83	84	7056	6972	35974	424	179776	35,955.20	18.80
77			83	83	6889	6889					
78			83	83	6889	6889					
79			83	88	7744	7304					
80			83	86	7396	7138					

81	XXIII	3	84	97	9409	8148	30038	300	90000	30,000.00	38.00
82			84	98	9604	8232					
83			84	105	11025	8820					
84	XXIV	3	85	94	8836	7990	25068	274	75076	25,025.33	42.67
85			85	86	7396	7310					
86			85	94	8836	7990					
87	XXV	1	86	90	8100	7740					
88	XXVI	4	87	87	7569	7569	33988	368	135424	33,856.00	132.00
89			87	87	7569	7569					
90			87	101	10201	8787					
91			87	93	8649	8091					
92	XXVII	4	88	97	9409	8536	33178	364	132496	33,124.00	54.00
93			88	91	8281	8008					
94			88	88	7744	7744					
95			88	88	7744	7744					
96	XXVIII	2	89	90	8100	8010	18709	193	37249	18,624.50	84.50
97			89	103	10609	9167					
98	XXIX	1	91	99	9801	9009					
99	XXX	7	93	93	8649	8649	65187	675	455625	65,089.29	97.71
100			93	97	9409	9021					
101			93	93	8649	8649					
102			93	102	10404	9486					
103			93	94	8836	8742					
104			93	94	8836	8742					
105			93	102	10404	9486					
106	XXXI	1	94	104	10816	9776					
107	XXXII	1	95	95	9025	9025					
108	XXXIII	1	96	96	9216	9216					
109	XXXIV	2	97	102	10404	9894	20404	202	40804	20,402.00	2.00
110			97	100	10000	9700					
Σ	34	110	8573	9593	845911	753662					3,525.06

PERHITUNGAN UJI KEBERARTIAN REGRESI Y Atas X1

1. Mencari Jumlah Kuadrat Total JK (T)

$$\begin{aligned} JK(T) &= \sum Y^2 \\ &= 845911 \end{aligned}$$

2. Mencari jumlah kuadrat regresi a JK (a)

$$\begin{aligned} JK(a) &= \frac{(\sum Y)^2}{n} \\ &= \frac{9593^2}{110} \\ &= 836596.81 \end{aligned}$$

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

$$\begin{aligned} JK(b/a) &= b \cdot \sum xy \\ &= 0.631 \times 6018.4636 \\ &= 3800.61 \end{aligned}$$

4. Mencari jumlah kuadrat residu JK (S)

$$\begin{aligned} JK(S) &= JK(T) - JK(a) - JK(b/a) \\ &= 845911 - 836596.81 - 3800.61 \\ &= 5513.58 \end{aligned}$$

5. Mencari Derajat Kebebasan

$$\begin{aligned} dk(T) &= n = 110 \\ dk(a) &= 1 \\ dk(b/a) &= 1 \\ dk_{(res)} &= n - 2 = 108 \end{aligned}$$

6. Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat

$$\begin{aligned} RJK_{(b/a)} &= \frac{JK_{(b/a)}}{dk_{(b/a)}} = \frac{3800.61}{1} = 3800.61 \\ RJK_{(res)} &= \frac{JK_{(res)}}{dk_{(res)}} = \frac{5513.58}{108} = 51.05 \end{aligned}$$

7. Kriteria Pengujian

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

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

8. Pengujian

$$F_{hitung} = \frac{RJK_{(b/a)}}{RJK_{(res)}} = \frac{3800.61}{51.05} = 74.45$$

9. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan $F_{hitung} = 74.45$

Berdasarkan taraf signifikan 0.05, pada tabel distribusi F dengan menggunakan dk pembilang 1 dan dk penyebut $n-2 = 110-2 = 108$ dihasilkan F_{tabel} sebesar = 3,91

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

PERHITUNGAN UJI KELINIERAN REGRESI Y Atas X1

1. Mencari Jumlah Kuadrat Error JK (G)

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

$$= 3525.06 \text{ (Lihat tabel Perhitungan JK G_(galat))}$$

2. Mencari Jumlah Kuadrat Tuna cocok JK (TC)

$$\begin{aligned} JK(TC) &= JK(S) - JK(G) \\ &= 5513.58 - 3525.06 \\ &= 1988.52 \end{aligned}$$

3. Mencari Derajat Kebebasan

$$\begin{aligned} k &= 34 \\ dk_{(TC)} &= k - 2 = 32 \\ dk_{(G)} &= n - k = 76 \end{aligned}$$

4. Mencari rata-rata jumlah kuadrat

$$\begin{aligned} RJK_{(TC)} &= \frac{1988.52}{32} = 62.14 \\ RJK_{(G)} &= \frac{3525.06}{76} = 46.38 \end{aligned}$$

5. Kriteria Pengujian

Tolak Ho jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka regresi tidak linier

Terima Ho jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka regresi linier

6. Pengujian

$$F_{hitung} = \frac{RJK_{(TC)}}{RJK_{(G)}} = \frac{62.14}{46.38} = 1.34$$

7. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan $F_{hitung} = 1.34$

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

Menggunakan dk pembilang 32 dan dk penyebut 76 dihasilkan F_{tabel} sebesar = 1,98

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	$\frac{(\Sigma Y)^2}{n}$			
Regresi (b/a)	1	b . Σxy	$\frac{b \cdot \Sigma xy}{1}$		F _{o > F_t} Maka regresi Berarti
Residu	n - 2	Jk (S)	$\frac{JK(S)}{n-2}$	$\frac{RJK(b/a)}{RJK(res)}$	^{*)}
Tuna Cocok	k - 2	JK (TC)	$\frac{JK(TC)}{k-2}$		F _{o < F_t} Maka
Galat Kekeliruan	n - k	JK (G)	$\frac{JK(G)}{n-k}$	$\frac{RJK(TC)}{RJK(G)}$	Regresi Linier

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	110	845911			
Regresi (a)	1	836596.81			
Regresi (b/a)	1	3800.61	3800.61	74.45 ^{*)}	3.91
Residu	108	5513.58	51.05		
Tuna Cocok	32	1988.52	62.14	1.34 ^{ns)}	1.98
Galat Kekeliruan	76	3525.06	46.38		

Keterangan : ^{*)} Persamaan regresi berarti karena $F_{hitung} (74,45) > F_{tabel} (3,91)$

^{ns)} Persamaan regresi linear karena $F_{hitung} (1,34) < F_{tabel} (1,98)$

PERHITUNGAN KOEFISIEN KORELASI *PRODUCT MOMENT Y Atas X1*

Mencari Koefisien Korelasi dengan Rumus *Product Moment*

Diketahui :

$$\Sigma x^2 = 9530.55$$

$$\Sigma y^2 = 9314.19$$

$$\Sigma xy = 6018.46$$

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

$$r_{XY} = \frac{6018.46}{\sqrt{9530.55 \cdot 9314.2}}$$

$$r_{XY} = \frac{6018.46}{9421.7517}$$

$$r_{XY} = 0.639$$

PERHITUNGAN UJI KEBERARTIAN KOEFISIEN KORELASI (Uji-t) Y Atas X1

Koefisien Korelasi *Product Moment* (Uji-t)

$$\begin{aligned}
 t_h &= \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}} \\
 &= \frac{0.639 \sqrt{108}}{\sqrt{1 - 0.408}} \\
 &= \frac{0.639 \times 0.3923}{\sqrt{0.592}} \\
 &= \frac{6.638}{0.7694} \\
 &= 8.628
 \end{aligned}$$

Kesimpulan :

t_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 dengan dk ($n-2$) = $(110-2) = 108$ sebesar 1,66

Kriteria pengujian :

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

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

Dari hasil pengujian :

$t_{hitung} [8.628] > t_{tabel} (1,66)$, maka terdapat hubungan yang positif dan **signifikan** antara variabel X1 dengan variabel Y

PERHITUNGAN KOEFISIEN DETERMINASI Y Atas X1

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

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r_{XY}^2 \\ &= 0.639^2 \\ &= 0.4080 \\ &= 40.80\% \end{aligned}$$

Dari hasil tersebut diinterpretasikan bahwa keputusan pembelian ditentukan oleh keragaman produk sebesar 40.80 %.

**SKOR INDIKATOR DOMINAN VARIABEL Y
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

SKOR SUB INDIKATOR =

Jumlah skor butir tiap soal sub indikator

Banyaknya soal sub indikator

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Jumlah Soal	Skor	Persentase
Pengenalan Kebutuhan	Rangsangan Internal	Diri Sendiri	3 Soal	<u>476+453+435</u> 3 454.67	17.27%
	Rangsangan Ekternal	Pengaruh Orang Lain	2 soal	<u>459+426</u> 2 442.5	16.81%
Pencarian Informasi	Sumber Pribadi	Teman	6 Soal	<u>440+426+426+428+423+424</u> 6 427.8	16.25%
	Sumber Pengalaman	Pernah Membeli	2 Soal	<u>443+436</u> 2 439.5	16.70%
Evaluasi Alternatif	Memilih diantara dua / lebih alternatif	-	6 Soal	<u>430+425+441+428+429+435</u> 6 431.3333333	16%
Pembelian	Membeli merek yang disukai(toko ritel 7-Eleven)	-	3 Soal	<u>433+432+445</u> 3 436.6666667	17%
Total Skor				2632.50	100%

Dari hasil perhitungan, keempat dimensi tersebut memiliki kontribusi yang relatif seimbang.

Dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator rangsangan internal dalam subindikator diri sendiri memiliki pengaruh yang cukup besar dalam proses terjadinya keputusan pembelian.

**SKOR INDIKATOR DOMINAN VARIABEL X1
KERAGAMAN PRODUK**

SKOR INDIKATOR = Jumlah skor butir tiap soal indikator
Banyaknya soal indikator

Indikator	Sub Indikator	Jumlah Soal	Skor	Persentase
Variasi produk yang dangkal	Hanya menjual sejumlah produk lini	15 Soal	<u>452+448+436+433+390+386+402+393+392+393+409+395+388+393+430</u> 15 409.3	50.24%
Variasi produk yang luas	Berbagai lini produk diperjual belikan	6 soal	<u>411+406+411+396+405+404</u> 6 405.5	49.76%
Total Skor			814.8	100%

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

Sub indikator berbagai lini produk diperjual belikan dalam indikator variasi produk yang luas memiliki pengaruh yang cukup besar dalam keragaman produk.

**DATA MENTAH VARIABEL X2
LOKASI**

No. Resp.	No. Item																			\bar{X}_t	X_t^2		
	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21			
1	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	81	6561	
2	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	2	4	5	4	4	3	4	4	4	86	7396	
3	5	4	4	4	2	3	4	1	3	4	4	2	4	1	4	2	2	4	3	3	67	4489	
4	3	4	4	4	3	2	3	3	2	1	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	64	4096	
5	4	4	3	5	3	4	3	3	2	4	3	3	4	4	3	4	3	5	4	5	77	5929	
6	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4	3	4	2	4	5	4	3	5	4	4	5	78	6084
7	3	4	4	4	3	2	4	4	3	3	2	3	4	4	2	2	4	3	3	2	67	4489	
8	5	4	3	4	3	3	4	3	4	4	2	2	3	3	4	3	3	4	3	4	72	5184	
9	4	4	4	5	4	3	2	4	3	2	3	4	4	4	2	3	4	4	3	2	72	5184	
10	4	4	5	4	4	5	4	4	2	4	2	5	4	4	4	4	2	2	4	5	80	6400	
11	4	3	3	5	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	5	77	5929	
12	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	3	4	4	5	4	82	6724	
13	2	3	4	4	3	2	3	2	3	2	2	4	4	3	3	4	3	3	4	3	66	4356	
14	4	4	3	4	4	4	2	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	77	5929
15	4	2	4	3	4	2	2	1	4	1	4	3	1	4	4	2	4	5	4	2	64	4096	
16	5	3	5	3	5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	87	7569	
17	2	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2	4	3	2	2	3	2	3	3	4	67	4489	
18	4	4	5	4	2	4	3	2	4	3	3	4	4	3	4	5	4	4	3	4	77	5929	
19	4	4	3	2	4	4	3	2	2	4	3	1	4	4	1	4	2	3	4	4	66	4356	
20	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	1	4	5	4	1	4	4	82	6724	
21	4	4	4	3	4	5	3	3	4	3	2	4	4	3	2	4	3	4	4	4	74	5476	
22	3	4	3	4	3	5	3	5	4	2	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	76	5776	
23	4	3	3	5	4	4	2	4	4	2	3	4	2	4	4	5	4	2	4	2	73	5329	
24	3	4	5	3	4	3	3	2	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	2	3	72	5184	
25	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	2	4	4	5	4	4	82	6724	
26	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	1	4	4	4	3	4	3	4	1	73	5329	
27	2	4	4	4	5	2	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	3	4	76	5776	
28	2	2	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	2	72	5184	
29	4	3	4	1	3	4	4	2	2	5	3	4	5	1	2	4	3	1	4	1	2	62	3844
30	4	4	2	4	4	2	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	3	4	2	4	73	5329	
31	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	77	5929
32	3	4	2	3	4	3	2	3	5	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	75	5625	
33	3	4	4	3	4	5	4	3	3	4	1	4	5	2	3	2	5	2	4	2	70	4900	
34	4	3	5	4	4	4	4	2	4	3	2	4	4	3	4	1	4	3	4	74	5476		
35	4	4	3	4	2	3	4	4	2	2	4	3	2	2	1	3	2	4	5	3	4	65	4225

81	5	5	5	4	5	5	3	5	4	3	4	5	4	5	5	92	8464				
82	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	88	7744			
83	4	4	2	4	2	5	4	5	5	2	4	4	3	4	3	4	4	80	6400		
84	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	2	5	3	5	4	5	5	96	9216		
85	4	5	4	4	5	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	83	6889		
86	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	88	7744		
87	3	4	3	3	4	3	4	4	2	4	4	2	4	3	3	4	4	72	5184		
88	4	5	4	4	5	4	3	4	2	5	2	5	3	3	5	4	4	5	82	6724	
89	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	97	9409	
90	4	5	4	4	4	4	3	2	3	4	5	3	5	3	3	2	4	75	5625		
91	2	3	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	87	7569		
92	4	3	2	4	4	2	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	72	5184		
93	5	4	5	4	5	2	4	4	3	2	4	4	3	3	4	5	5	80	6400		
94	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	4	5	4	3	4	3	5	4	94	8836	
95	3	4	4	3	3	4	1	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	69	4761		
96	4	4	5	4	4	5	4	4	2	4	4	5	2	4	4	5	4	5	83	6889	
97	5	4	4	5	3	4	5	3	5	3	4	4	4	4	5	4	4	87	7569		
98	3	5	5	5	4	5	5	4	3	5	4	5	5	4	5	5	5	97	9409		
99	4	5	4	3	5	3	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	86	7396		
100	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	3	4	5	4	5	93	8649		
101	4	3	4	3	2	4	2	3	2	4	4	3	3	2	4	3	3	2	65	4225	
102	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	93	8649	
103	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	92	8464	
104	5	5	4	3	5	5	5	4	4	5	3	4	5	3	5	5	4	4	92	8464	
105	4	4	3	4	4	4	3	2	4	5	3	4	3	3	3	5	3	77	5929		
106	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	3	4	5	4	4	91	8281		
107	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	91	8281		
108	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	86	7396		
109	4	5	3	5	4	5	4	3	5	4	5	5	4	5	4	4	4	92	8464		
110	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	91	8281		
Σ	437	431	436	443	430	402	410	401	393	394	398	394	399	402	407	418	423	410	420	8654	689862

DATA MENTAH VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN) DAN VARIABEL X2 (LOKASI)

No.	VARIABEL X	VARIABEL Y
1	81	84
2	86	87
3	67	93
4	64	71
5	77	80
6	78	83
7	67	67
8	72	73
9	72	87
10	80	81
11	77	80
12	82	83
13	66	71
14	77	85
15	64	87
16	87	87
17	67	71
18	77	88
19	66	71
20	82	96
21	74	87
22	76	76
23	73	88
24	72	76
25	82	86
26	73	76
27	76	86
28	72	71
29	62	82
30	73	90
31	77	86
32	75	75
33	70	97
34	74	82
35	65	81
36	72	76
37	66	75
38	76	101
39	67	81
40	65	86
41	88	97

42	72	86
43	88	93
44	78	87
45	68	75
46	79	81
47	86	91
48	68	79
49	82	94
50	71	89
51	72	73
52	69	92
53	80	81
54	79	90
55	87	88
56	85	93
57	62	76
58	80	82
59	80	97
60	90	90
61	86	86
62	67	88
63	87	90
64	77	77
65	77	97
66	87	91
67	82	97
68	77	84
69	71	99
70	69	82
71	70	95
72	78	95
73	93	102
74	82	99
75	82	104
76	66	84
77	77	79
78	81	93
79	82	86
80	99	99
81	92	103
82	88	88
83	80	80
84	96	97
85	83	102
86	88	88
87	72	73
88	82	98
89	97	102

90	75	97
91	87	90
92	72	75
93	80	95
94	94	103
95	69	70
96	83	94
97	87	93
98	97	100
99	86	86
100	93	93
101	65	77
102	93	99
103	92	105
104	92	94
105	77	78
106	91	95
107	91	94
108	86	86
109	92	102
110	91	92
JUMLAH	8654	9593

Rekapitulasi Skor Total Hasil Penelitian

No. Resp	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	81	84	6561	7056	6804
2	86	87	7396	7569	7482
3	67	93	4489	8649	6231
4	64	71	4096	5041	4544
5	77	80	5929	6400	6160
6	78	83	6084	6889	6474
7	67	67	4489	4489	4489
8	72	73	5184	5329	5256
9	72	87	5184	7569	6264
10	80	81	6400	6561	6480
11	77	80	5929	6400	6160
12	82	83	6724	6889	6806
13	66	71	4356	5041	4686
14	77	85	5929	7225	6545
15	64	87	4096	7569	5568
16	87	87	7569	7569	7569
17	67	71	4489	5041	4757
18	77	88	5929	7744	6776
19	66	71	4356	5041	4686
20	82	96	6724	9216	7872
21	74	87	5476	7569	6438
22	76	76	5776	5776	5776
23	73	88	5329	7744	6424
24	72	76	5184	5776	5472
25	82	86	6724	7396	7052
26	73	76	5329	5776	5548
27	76	86	5776	7396	6536
28	72	71	5184	5041	5112
29	62	82	3844	6724	5084
30	73	90	5329	8100	6570
31	77	86	5929	7396	6622
32	75	75	5625	5625	5625
33	70	97	4900	9409	6790
34	74	82	5476	6724	6068
35	65	81	4225	6561	5265
36	72	76	5184	5776	5472
37	66	75	4356	5625	4950
38	76	101	5776	10201	7676
39	67	81	4489	6561	5427
40	65	86	4225	7396	5590
41	88	97	7744	9409	8536
42	72	86	5184	7396	6192
43	88	93	7744	8649	8184

44	78	87	6084	7569	6786
45	68	75	4624	5625	5100
46	79	81	6241	6561	6399
47	86	91	7396	8281	7826
48	68	79	4624	6241	5372
49	82	94	6724	8836	7708
50	71	89	5041	7921	6319
51	72	73	5184	5329	5256
52	69	92	4761	8464	6348
53	80	81	6400	6561	6480
54	79	90	6241	8100	7110
55	87	88	7569	7744	7656
56	85	93	7225	8649	7905
57	62	76	3844	5776	4712
58	80	82	6400	6724	6560
59	80	97	6400	9409	7760
60	90	90	8100	8100	8100
61	86	86	7396	7396	7396
62	67	88	4489	7744	5896
63	87	90	7569	8100	7830
64	77	77	5929	5929	5929
65	77	97	5929	9409	7469
66	87	91	7569	8281	7917
67	82	97	6724	9409	7954
68	77	84	5929	7056	6468
69	71	99	5041	9801	7029
70	69	82	4761	6724	5658
71	70	95	4900	9025	6650
72	78	95	6084	9025	7410
73	93	102	8649	10404	9486
74	82	99	6724	9801	8118
75	82	104	6724	10816	8528
76	66	84	4356	7056	5544
77	77	79	5929	6241	6083
78	81	93	6561	8649	7533
79	82	86	6724	7396	7052
80	99	99	9801	9801	9801
81	92	103	8464	10609	9476
82	88	88	7744	7744	7744
83	80	80	6400	6400	6400
84	96	97	9216	9409	9312
85	83	102	6889	10404	8466
86	88	88	7744	7744	7744
87	72	73	5184	5329	5256
88	82	98	6724	9604	8036

89	97	102	9409	10404	9894
90	75	97	5625	9409	7275
91	87	90	7569	8100	7830
92	72	75	5184	5625	5400
93	80	95	6400	9025	7600
94	94	103	8836	10609	9682
95	69	70	4761	4900	4830
96	83	94	6889	8836	7802
97	87	93	7569	8649	8091
98	97	100	9409	10000	9700
99	86	86	7396	7396	7396
100	93	93	8649	8649	8649
101	65	77	4225	5929	5005
102	93	99	8649	9801	9207
103	92	105	8464	11025	9660
104	92	94	8464	8836	8648
105	77	78	5929	6084	6006
106	91	95	8281	9025	8645
107	91	94	8281	8836	8554
108	86	86	7396	7396	7396
109	92	102	8464	10404	9384
110	91	92	8281	8464	8372
JUMLAH	8654	9593	689862	845911	760626

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

1. Rata-rata (X)

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\Sigma X}{n} \\ &= \frac{8654}{110} \\ &= 78.67\end{aligned}$$

1. Rata-rata (Y)

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{\Sigma Y}{n} \\ &= \frac{9593}{110} \\ &= 87.21\end{aligned}$$

2. Varians (X)

$$\begin{aligned}s^2 &= \frac{\Sigma(X - \bar{X})^2}{n - 1} \\ &= \frac{9028.22}{109} \\ &= 82.83\end{aligned}$$

2. Varians (Y)

$$\begin{aligned}s^2 &= \frac{\Sigma(Y - \bar{Y})^2}{n - 1} \\ &= \frac{9314.19}{109} \\ &= 85.45\end{aligned}$$

3. Simpangan Baku (X)

$$\begin{aligned}s &= \sqrt{s^2} \\ &= \sqrt{82.83} \\ &= 9.10\end{aligned}$$

3. Simpangan Baku (Y)

$$\begin{aligned}s &= \sqrt{s^2} \\ &= \sqrt{85.45} \\ &= 9.24\end{aligned}$$

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

No.	X	Y	X - \bar{X}	Y - \bar{Y}	(X - \bar{X}) ²	(Y - \bar{Y}) ²
1	81	84	2.33	-3.21	5.42	10.30
2	86	87	7.33	-0.21	53.69	0.04
3	67	93	-11.67	5.79	136.25	33.53
4	64	71	-14.67	-16.21	215.29	262.73
5	77	80	-1.67	-7.21	2.80	51.97
6	78	83	-0.67	-4.21	0.45	17.72
7	67	67	-11.67	-20.21	136.25	408.41
8	72	73	-6.67	-14.21	44.53	201.90
9	72	87	-6.67	-0.21	44.53	0.04
10	80	81	1.33	-6.21	1.76	38.55
11	77	80	-1.67	-7.21	2.80	51.97
12	82	83	3.33	-4.21	11.07	17.72
13	66	71	-12.67	-16.21	160.60	262.73
14	77	85	-1.67	-2.21	2.80	4.88
15	64	87	-14.67	-0.21	215.29	0.04
16	87	87	8.33	-0.21	69.34	0.04
17	67	71	-11.67	-16.21	136.25	262.73
18	77	88	-1.67	0.79	2.80	0.63
19	66	71	-12.67	-16.21	160.60	262.73
20	82	96	3.33	8.79	11.07	77.28
21	74	87	-4.67	-0.21	21.83	0.04
22	76	76	-2.67	-11.21	7.14	125.64
23	73	88	-5.67	0.79	32.18	0.63
24	72	76	-6.67	-11.21	44.53	125.64
25	82	86	3.33	-1.21	11.07	1.46
26	73	76	-5.67	-11.21	32.18	125.64
27	76	86	-2.67	-1.21	7.14	1.46
28	72	71	-6.67	-16.21	44.53	262.73
29	62	82	-16.67	-5.21	277.98	27.13
30	73	90	-5.67	2.79	32.18	7.79
31	77	86	-1.67	-1.21	2.80	1.46
32	75	75	-3.67	-12.21	13.49	149.06
33	70	97	-8.67	9.79	75.22	95.86
34	74	82	-4.67	-5.21	21.83	27.13
35	65	81	-13.67	-6.21	186.94	38.55
36	72	76	-6.67	-11.21	44.53	125.64
37	66	75	-12.67	-12.21	160.60	149.06
38	76	101	-2.67	13.79	7.14	190.19
39	67	81	-11.67	-6.21	136.25	38.55

40	65	86	-13.67	-1.21	186.94	1.46
41	88	97	9.33	9.79	87.00	95.86
42	72	86	-6.67	-1.21	44.53	1.46
43	88	93	9.33	5.79	87.00	33.53
44	78	87	-0.67	-0.21	0.45	0.04
45	68	75	-10.67	-12.21	113.91	149.06
46	79	81	0.33	-6.21	0.11	38.55
47	86	91	7.33	3.79	53.69	14.37
48	68	79	-10.67	-8.21	113.91	67.39
49	82	94	3.33	6.79	11.07	46.12
50	71	89	-7.67	1.79	58.87	3.21
51	72	73	-6.67	-14.21	44.53	201.90
52	69	92	-9.67	4.79	93.56	22.95
53	80	81	1.33	-6.21	1.76	38.55
54	79	90	0.33	2.79	0.11	7.79
55	87	88	8.33	0.79	69.34	0.63
56	85	93	6.33	5.79	40.03	33.53
57	62	76	-16.67	-11.21	277.98	125.64
58	80	82	1.33	-5.21	1.76	27.13
59	80	97	1.33	9.79	1.76	95.86
60	90	90	11.33	2.79	128.31	7.79
61	86	86	7.33	-1.21	53.69	1.46
62	67	88	-11.67	0.79	136.25	0.63
63	87	90	8.33	2.79	69.34	7.79
64	77	77	-1.67	-10.21	2.80	104.23
65	77	97	-1.67	9.79	2.80	95.86
66	87	91	8.33	3.79	69.34	14.37
67	82	97	3.33	9.79	11.07	95.86
68	77	84	-1.67	-3.21	2.80	10.30
69	71	99	-7.67	11.79	58.87	139.03
70	69	82	-9.67	-5.21	93.56	27.13
71	70	95	-8.67	7.79	75.22	60.70
72	78	95	-0.67	7.79	0.45	60.70
73	93	102	14.33	14.79	205.27	218.77
74	82	99	3.33	11.79	11.07	139.03
75	82	104	3.33	16.79	11.07	281.93
76	66	84	-12.67	-3.21	160.60	10.30
77	77	79	-1.67	-8.21	2.80	67.39
78	81	93	2.33	5.79	5.42	33.53
79	82	86	3.33	-1.21	11.07	1.46
80	99	99	20.33	11.79	413.20	139.03
81	92	103	13.33	15.79	177.62	249.35
82	88	88	9.33	0.79	87.00	0.63
83	80	80	1.33	-7.21	1.76	51.97
84	96	97	17.33	9.79	300.23	95.86
85	83	102	4.33	14.79	18.73	218.77

86	88	88	9.33	0.79	87.00	0.63
87	72	73	-6.67	-14.21	44.53	201.90
88	82	98	3.33	10.79	11.07	116.44
89	97	102	18.33	14.79	335.89	218.77
90	75	97	-3.67	9.79	13.49	95.86
91	87	90	8.33	2.79	69.34	7.79
92	72	75	-6.67	-12.21	44.53	149.06
93	80	95	1.33	7.79	1.76	60.70
94	94	103	15.33	15.79	234.93	249.35
95	69	70	-9.67	-17.21	93.56	296.15
96	83	94	4.33	6.79	18.73	46.12
97	87	93	8.33	5.79	69.34	33.53
98	97	100	18.33	12.79	335.89	163.61
99	86	86	7.33	-1.21	53.69	1.46
100	93	93	14.33	5.79	205.27	33.53
101	65	77	-13.67	-10.21	186.94	104.23
102	93	99	14.33	11.79	205.27	139.03
103	92	105	13.33	17.79	177.62	316.52
104	92	94	13.33	6.79	177.62	46.12
105	77	78	-1.67	-9.21	2.80	84.81
106	91	95	12.33	7.79	151.96	60.70
107	91	94	12.33	6.79	151.96	46.12
108	86	86	7.33	-1.21	53.69	1.46
109	92	102	13.33	14.79	177.62	218.77
110	91	92	12.33	4.79	151.96	22.95
Jumlah	8654	9593			9028.22	9314.19

**Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram
LOKASI**

1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 99 - 62 \\ &= 37 \end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

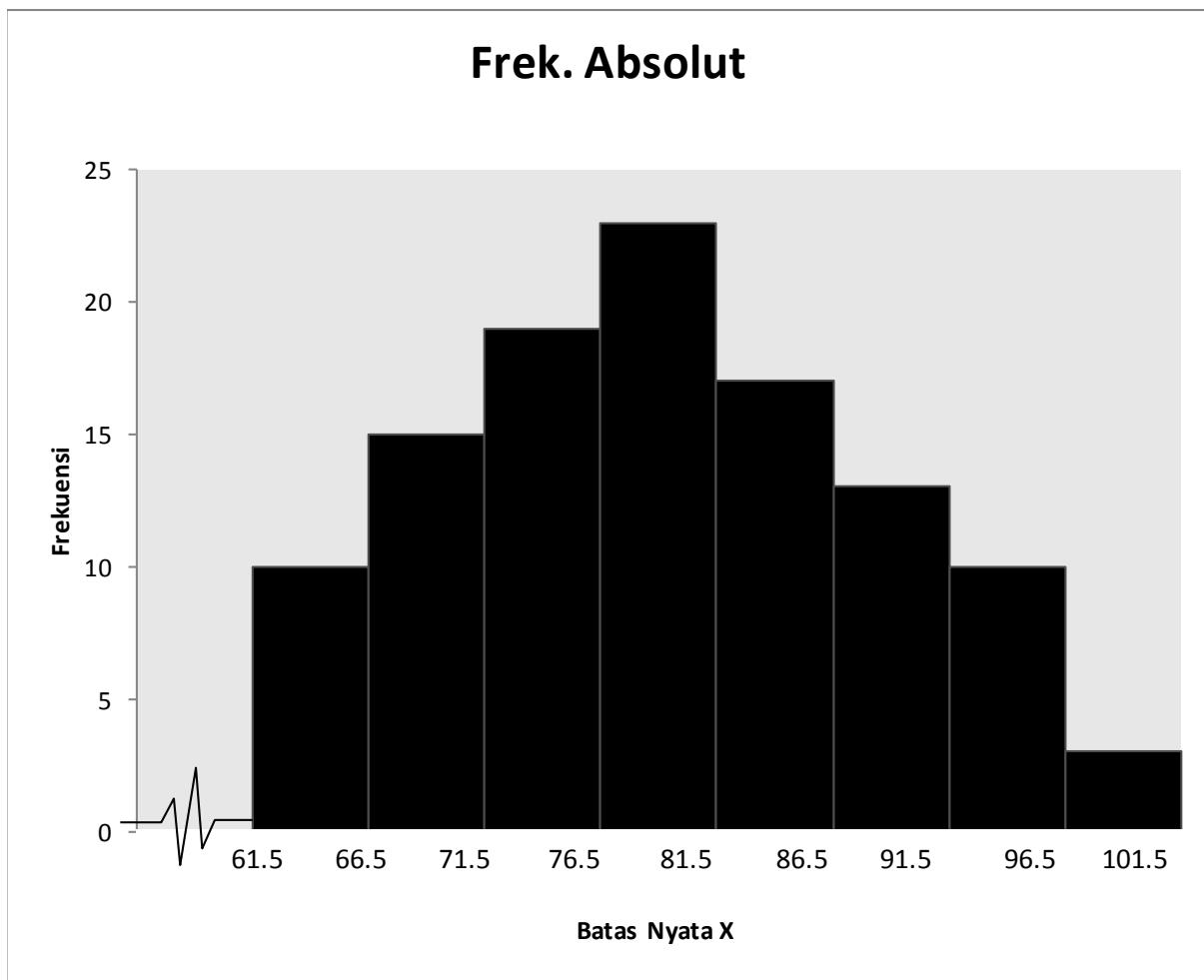
$$\begin{aligned} K &= 1 + (3.3) \log n \\ &= 1 + (3.3) \log 110 \\ &= 1 + (3.3) \quad 2.041393 \\ &= 7.74 \\ &= 7.74 \text{ (ditetapkan menjadi 8)} \end{aligned}$$

3. Panjang Kelas Interval (KI)

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{37}{8} = 4.625 \quad (\text{ditetapkan menjadi } 5) \end{aligned}$$

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
62	-	66	61.5	66.5	10	9.1%
67	-	71	66.5	71.5	15	13.6%
72	-	76	71.5	76.5	19	17.3%
77	-	81	76.5	81.5	23	20.9%
82	-	86	81.5	86.5	17	15.5%
87	-	91	86.5	91.5	13	11.8%
92	-	96	91.5	96.5	10	9.1%
97	-	101	96.5	101.5	3	2.7%
Jumlah					110	100%

**GRAFIK HISTOGRAM
VARIABEL X2 (LOKASI)**



PERHITUNGAN PERSAMAAN REGRESI LINEAR SEDERHANA

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

$$n = 110$$

$$\Sigma X^2 = 689862$$

$$\Sigma XY = 760626$$

$$\Sigma Y^2 = 845911$$

$$\Sigma X = 8654$$

$$\bar{Y} = \frac{\Sigma Y}{n} = \frac{9593}{110} = 87.21$$

$$\Sigma Y = 9593$$

$$\bar{X} = \frac{\Sigma X}{n} = \frac{8654}{110} = 78.67$$

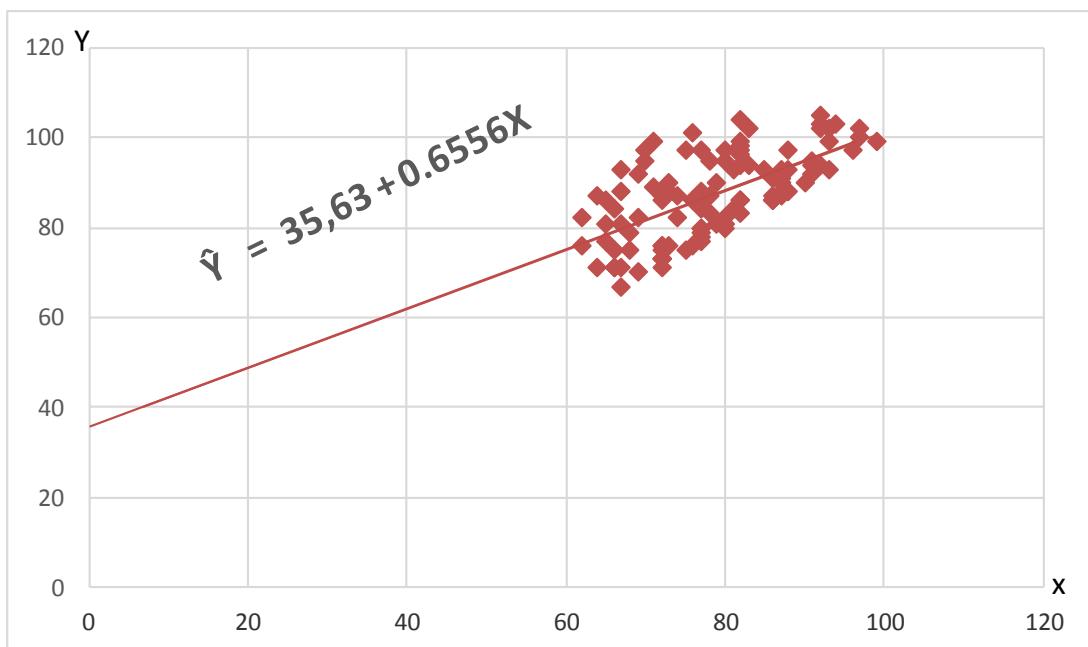
$$\begin{aligned}\Sigma x^2 &= \Sigma X^2 - \frac{(\Sigma X)^2}{n} \\ &= 689862 - \frac{74891716}{110} \\ &= 9028.22\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\Sigma xy &= \Sigma XY - \frac{(\Sigma X)(\Sigma Y)}{n} \\ &= 760626 - \frac{83017822}{110} \\ &= 5918.53\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\Sigma y^2 &= \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n} \\ &= 845911 - \frac{92025649}{110} \\ &= 9314.19\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}b &= \frac{\Sigma xy}{\Sigma x^2} & a &= \bar{Y} - b\bar{X} \\ &= \frac{5918.5273}{9028.22} & &= 87.21 - (0.66 \times 78.67) \\ &= 0.6556 & &= 35.63 \\ &= \mathbf{0.6556}\end{aligned}$$

Jadi Persamaan Regresi adalah $\hat{Y} = 35.63 + 0.6556X$

GRAFIK PERSAMAAN REGRESI

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

n	X	$\hat{Y} = 35,63 + 0,656X$					\hat{Y}
1	81	35.63	+	0.66	.	81	88.73
2	86	35.63	+	0.66	.	86	92.01
3	67	35.63	+	0.66	.	67	79.56
4	64	35.63	+	0.66	.	64	77.59
5	77	35.63	+	0.66	.	77	86.11
6	78	35.63	+	0.66	.	78	86.77
7	67	35.63	+	0.66	.	67	79.56
8	72	35.63	+	0.66	.	72	82.83
9	72	35.63	+	0.66	.	72	82.83
10	80	35.63	+	0.66	.	80	88.08
11	77	35.63	+	0.66	.	77	86.11
12	82	35.63	+	0.66	.	82	89.39
13	66	35.63	+	0.66	.	66	78.90
14	77	35.63	+	0.66	.	77	86.11
15	64	35.63	+	0.66	.	64	77.59
16	87	35.63	+	0.66	.	87	92.67
17	67	35.63	+	0.66	.	67	79.56
18	77	35.63	+	0.66	.	77	86.11
19	66	35.63	+	0.66	.	66	78.90
20	82	35.63	+	0.66	.	82	89.39
21	74	35.63	+	0.66	.	74	84.15
22	76	35.63	+	0.66	.	76	85.46
23	73	35.63	+	0.66	.	73	83.49
24	72	35.63	+	0.66	.	72	82.83
25	82	35.63	+	0.66	.	82	89.39
26	73	35.63	+	0.66	.	73	83.49
27	76	35.63	+	0.66	.	76	85.46
28	72	35.63	+	0.66	.	72	82.83
29	62	35.63	+	0.66	.	62	76.28
30	73	35.63	+	0.66	.	73	83.49
31	77	35.63	+	0.66	.	77	86.11
32	75	35.63	+	0.66	.	75	84.80
33	70	35.63	+	0.66	.	70	81.52
34	74	35.63	+	0.66	.	74	84.15
35	65	35.63	+	0.66	.	65	78.25
36	72	35.63	+	0.66	.	72	82.83
37	66	35.63	+	0.66	.	66	78.90
38	76	35.63	+	0.66	.	76	85.46
39	67	35.63	+	0.66	.	67	79.56
40	65	35.63	+	0.66	.	65	78.25

41	88	35.63	+	0.66	.	88	93.32
42	72	35.63	+	0.66	.	72	82.83
43	88	35.63	+	0.66	.	88	93.32
44	78	35.63	+	0.66	.	78	86.77
45	68	35.63	+	0.66	.	68	80.21
46	79	35.63	+	0.66	.	79	87.42
47	86	35.63	+	0.66	.	86	92.01
48	68	35.63	+	0.66	.	68	80.21
49	82	35.63	+	0.66	.	82	89.39
50	71	35.63	+	0.66	.	71	82.18
51	72	35.63	+	0.66	.	72	82.83
52	69	35.63	+	0.66	.	69	80.87
53	80	35.63	+	0.66	.	80	88.08
54	79	35.63	+	0.66	.	79	87.42
55	87	35.63	+	0.66	.	87	92.67
56	85	35.63	+	0.66	.	85	91.36
57	62	35.63	+	0.66	.	62	76.28
58	80	35.63	+	0.66	.	80	88.08
59	80	35.63	+	0.66	.	80	88.08
60	90	35.63	+	0.66	.	90	94.63
61	86	35.63	+	0.66	.	86	92.01
62	67	35.63	+	0.66	.	67	79.56
63	87	35.63	+	0.66	.	87	92.67
64	77	35.63	+	0.66	.	77	86.11
65	77	35.63	+	0.66	.	77	86.11
66	87	35.63	+	0.66	.	87	92.67
67	82	35.63	+	0.66	.	82	89.39
68	77	35.63	+	0.66	.	77	86.11
69	71	35.63	+	0.66	.	71	82.18
70	69	35.63	+	0.66	.	69	80.87
71	70	35.63	+	0.66	.	70	81.52
72	78	35.63	+	0.66	.	78	86.77
73	93	35.63	+	0.66	.	93	96.60
74	82	35.63	+	0.66	.	82	89.39
75	82	35.63	+	0.66	.	82	89.39
76	66	35.63	+	0.66	.	66	78.90
77	77	35.63	+	0.66	.	77	86.11
78	81	35.63	+	0.66	.	81	88.73
79	82	35.63	+	0.66	.	82	89.39
80	99	35.63	+	0.66	.	99	100.53

81	92	35.63	+	0.66	.	92	95.95
82	88	35.63	+	0.66	.	88	93.32
83	80	35.63	+	0.66	.	80	88.08
84	96	35.63	+	0.66	.	96	98.57
85	83	35.63	+	0.66	.	83	90.05
86	88	35.63	+	0.66	.	88	93.32
87	72	35.63	+	0.66	.	72	82.83
88	82	35.63	+	0.66	.	82	89.39
89	97	35.63	+	0.66	.	97	99.22
90	75	35.63	+	0.66	.	75	84.80
91	87	35.63	+	0.66	.	87	92.67
92	72	35.63	+	0.66	.	72	82.83
93	80	35.63	+	0.66	.	80	88.08
94	94	35.63	+	0.66	.	94	97.26
95	69	35.63	+	0.66	.	69	80.87
96	83	35.63	+	0.66	.	83	90.05
97	87	35.63	+	0.66	.	87	92.67
98	97	35.63	+	0.66	.	97	99.22
99	86	35.63	+	0.66	.	86	92.01
100	93	35.63	+	0.66	.	93	96.60
101	65	35.63	+	0.66	.	65	78.25
102	93	35.63	+	0.66	.	93	96.60
103	92	35.63	+	0.66	.	92	95.95
104	92	35.63	+	0.66	.	92	95.95
105	77	35.63	+	0.66	.	77	86.11
106	91	35.63	+	0.66	.	91	95.29
107	91	35.63	+	0.66	.	91	95.29
108	86	35.63	+	0.66	.	86	92.01
109	92	35.63	+	0.66	.	92	95.95
110	91	35.63	+	0.66	.	91	95.29

**TABEL PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIANS DAN SIMPANGAN BAKU
PERSAMAAN REGRESI $\hat{Y} = 35,63 + 0,6556X$**

No.	X	Y	\hat{Y}	$(Y - \hat{Y})$	$(Y - \hat{Y}) - (\bar{Y} - \hat{Y})$	$[(Y - \hat{Y}) - (\bar{Y} - \hat{Y})]^2$
1	62	84	76.28	7.72	7.72	59.61
2	62	82	76.28	5.72	5.72	32.73
3	64	76	77.59	-1.59	-1.59	2.53
4	64	71	77.59	-6.59	-6.59	43.43
5	65	87	78.25	8.75	8.75	76.64
6	65	81	78.25	2.75	2.75	7.59
7	65	86	78.25	7.75	7.75	60.13
8	66	77	78.90	-1.90	-1.90	3.62
9	66	71	78.90	-7.90	-7.90	62.43
10	66	71	78.90	-7.90	-7.90	62.43
11	66	75	78.90	-3.90	-3.90	15.22
12	67	84	79.56	4.44	4.44	19.74
13	67	93	79.56	13.44	13.44	180.72
14	67	67	79.56	-12.56	-12.56	157.68
15	67	71	79.56	-8.56	-8.56	73.22
16	67	81	79.56	1.44	1.44	2.08
17	68	88	80.21	7.79	7.79	60.65
18	68	75	80.21	-5.21	-5.21	27.17
19	69	79	80.87	-1.87	-1.87	3.49
20	69	92	80.87	11.13	11.13	123.92
21	69	82	80.87	1.13	1.13	1.28
22	70	70	81.52	-11.52	-11.52	132.79
23	70	97	81.52	15.48	15.48	239.52
24	71	95	82.18	12.82	12.82	164.37
25	71	89	82.18	6.82	6.82	46.52
26	72	99	82.83	16.17	16.17	261.32
27	72	73	82.83	-9.83	-9.83	96.72
28	72	87	82.83	4.17	4.17	17.35
29	72	76	82.83	-6.83	-6.83	46.71
30	72	71	82.83	-11.83	-11.83	140.06
31	72	76	82.83	-6.83	-6.83	46.71
32	72	86	82.83	3.17	3.17	10.02
33	72	73	82.83	-9.83	-9.83	96.72
34	72	73	82.83	-9.83	-9.83	96.72
35	73	75	83.49	-8.49	-8.49	72.08
36	73	88	83.49	4.51	4.51	20.34
37	73	76	83.49	-7.49	-7.49	56.10
38	74	90	84.15	5.85	5.85	34.27
39	74	87	84.15	2.85	2.85	8.15
40	75	82	84.80	-2.80	-2.80	7.85

41	75	75	84.80	-9.80	-9.80	96.07
42	76	97	85.46	11.54	11.54	133.24
43	76	76	85.46	-9.46	-9.46	89.43
44	76	86	85.46	0.54	0.54	0.29
45	77	101	86.11	14.89	14.89	221.64
46	77	80	86.11	-6.11	-6.11	37.36
47	77	80	86.11	-6.11	-6.11	37.36
48	77	85	86.11	-1.11	-1.11	1.24
49	77	88	86.11	1.89	1.89	3.56
50	77	86	86.11	-0.11	-0.11	0.01
51	77	77	86.11	-9.11	-9.11	83.04
52	77	97	86.11	10.89	10.89	118.54
53	77	84	86.11	-2.11	-2.11	4.46
54	77	79	86.11	-7.11	-7.11	50.59
55	78	78	86.77	-8.77	-8.77	76.88
56	78	83	86.77	-3.77	-3.77	14.20
57	78	87	86.77	0.23	0.23	0.05
58	79	95	87.42	7.58	7.58	57.40
59	79	81	87.42	-6.42	-6.42	41.26
60	80	90	88.08	1.92	1.92	3.69
61	80	81	88.08	-7.08	-7.08	50.12
62	80	81	88.08	-7.08	-7.08	50.12
63	80	82	88.08	-6.08	-6.08	36.96
64	80	97	88.08	8.92	8.92	79.58
65	80	80	88.08	-8.08	-8.08	65.27
66	81	95	88.73	6.27	6.27	39.25
67	81	93	88.73	4.27	4.27	18.19
68	82	83	89.39	-6.39	-6.39	40.84
69	82	96	89.39	6.61	6.61	43.69
70	82	86	89.39	-3.39	-3.39	11.49
71	82	94	89.39	4.61	4.61	21.25
72	82	97	89.39	7.61	7.61	57.91
73	82	99	89.39	9.61	9.61	92.35
74	82	104	89.39	14.61	14.61	213.44
75	82	86	89.39	-3.39	-3.39	11.49
76	82	98	89.39	8.61	8.61	74.13
77	83	102	90.05	11.95	11.95	142.90
78	83	94	90.05	3.95	3.95	15.64
79	85	93	91.36	1.64	1.64	2.70
80	86	87	92.01	-5.01	-5.01	25.13

81	86	91	92.01	-1.01	-1.01	1.03
82	86	86	92.01	-6.01	-6.01	36.15
83	86	86	92.01	-6.01	-6.01	36.15
84	86	86	92.01	-6.01	-6.01	36.15
85	87	87	92.67	-5.67	-5.67	32.13
86	87	88	92.67	-4.67	-4.67	21.79
87	87	90	92.67	-2.67	-2.67	7.12
88	87	91	92.67	-1.67	-1.67	2.78
89	87	90	92.67	-2.67	-2.67	7.12
90	87	93	92.67	0.33	0.33	0.11
91	88	97	93.32	3.68	3.68	13.52
92	88	93	93.32	-0.32	-0.32	0.10
93	88	88	93.32	-5.32	-5.32	28.34
94	88	88	93.32	-5.32	-5.32	28.34
95	90	90	94.63	-4.63	-4.63	21.48
96	91	95	95.29	-0.29	-0.29	0.08
97	91	94	95.29	-1.29	-1.29	1.66
98	91	92	95.29	-3.29	-3.29	10.83
99	92	103	95.95	7.05	7.05	49.76
100	92	105	95.95	9.05	9.05	81.98
101	92	94	95.95	-1.95	-1.95	3.79
102	92	102	95.95	6.05	6.05	36.65
103	93	102	96.60	5.40	5.40	29.14
104	93	93	96.60	-3.60	-3.60	12.97
105	93	99	96.60	2.40	2.40	5.75
106	94	103	97.26	5.74	5.74	32.98
107	96	97	98.57	-1.57	-1.57	2.46
108	97	102	99.22	2.78	2.78	7.71
109	97	100	99.22	0.78	0.78	0.60
110	99	99	100.53	-1.53	-1.53	2.36
Jumlah	8654	9593		0.00	0.00	5384.43

PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIAN, SIMPANGAN BAKU

$$\text{PERSAMAAN REGRESI } \hat{Y} = 35,63 + 0,6556X$$

$$\begin{aligned} 1. \text{ Rata-rata} &= \overline{Y - \hat{Y}} = \frac{\Sigma(Y - \hat{Y})}{n} \\ &= \frac{0.00}{110} \\ &= 0.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 2. \text{ Varians} &= S^2 = \frac{\Sigma\{(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}\}^2}{n - 1} \\ &= \frac{5384.43}{109} \\ &= 49.40 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 3. \text{ Simpangan Baku} &= S = \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{49.40} \\ &= 7.03 \end{aligned}$$

PERHITUNGAN NORMALITAS GALAT TAKSIRAN REGRESI Y ATAS X2
PERSAMAAN REGRESI $\hat{Y} = 35,63 + 0,6556X$

No.	(Y - \hat{Y})	(Y - \hat{Y}) - (\bar{Y} - \hat{Y})	Z _i	Z _t	F(z _i)	S(z _i)	F(z _i) - S(z _i)
1	-12.56	-12.56	-1.787	0.4625	0.038	0.0091	0.0284
2	-11.83	-11.83	-1.683	0.4535	0.047	0.0182	0.0283
3	-11.52	-11.52	-1.639	0.4484	0.052	0.0273	0.0243
4	-9.83	-9.83	-1.399	0.4177	0.082	0.0364	0.0459
5	-9.83	-9.83	-1.399	0.4177	0.082	0.0455	0.0368
6	-9.83	-9.83	-1.399	0.4177	0.082	0.0545	0.0278
7	-9.80	-9.80	-1.394	0.4177	0.082	0.0636	0.0187
8	-9.46	-9.46	-1.346	0.4099	0.090	0.0727	0.0174
9	-9.11	-9.11	-1.296	0.4015	0.099	0.0818	0.0167
10	-8.77	-8.77	-1.248	0.3925	0.108	0.0909	0.0166
11	-8.56	-8.56	-1.218	0.3869	0.113	0.1000	0.0131
12	-8.49	-8.49	-1.208	0.3849	0.115	0.1091	0.0060
13	-8.08	-8.08	-1.150	0.3729	0.127	0.1182	0.0089
14	-7.90	-7.90	-1.124	0.3686	0.131	0.1273	0.0041
15	-7.90	-7.90	-1.124	0.3686	0.131	0.1364	0.0050
16	-7.49	-7.49	-1.066	0.3554	0.145	0.1455	0.0009
17	-7.11	-7.11	-1.012	0.3438	0.156	0.1545	0.0017
18	-7.08	-7.08	-1.007	0.3413	0.159	0.1636	0.0049
19	-7.08	-7.08	-1.007	0.3413	0.159	0.1727	0.0140
20	-6.83	-6.83	-0.972	0.3340	0.166	0.1818	0.0158
21	-6.83	-6.83	-0.972	0.3340	0.166	0.1909	0.0249
22	-6.59	-6.59	-0.938	0.3238	0.176	0.2000	0.0238
23	-6.42	-6.42	-0.913	0.3186	0.181	0.2091	0.0277
24	-6.39	-6.39	-0.909	0.3159	0.184	0.2182	0.0341
25	-6.11	-6.11	-0.869	0.3051	0.195	0.2273	0.0324
26	-6.11	-6.11	-0.869	0.3051	0.195	0.2364	0.0415
27	-6.08	-6.08	-0.865	0.3051	0.195	0.2455	0.0506
28	-6.01	-6.01	-0.855	0.3023	0.198	0.2545	0.0568
29	-6.01	-6.01	-0.855	0.3023	0.198	0.2636	0.0659
30	-6.01	-6.01	-0.855	0.3023	0.198	0.2727	0.0750
31	-5.67	-5.67	-0.807	0.2881	0.212	0.2818	0.0699
32	-5.32	-5.32	-0.757	0.2734	0.227	0.2909	0.0643
33	-5.32	-5.32	-0.757	0.2734	0.227	0.3000	0.0734
34	-5.21	-5.21	-0.741	0.2704	0.230	0.3091	0.0795
35	-5.01	-5.01	-0.713	0.2612	0.239	0.3182	0.0794
36	-4.67	-4.67	-0.664	0.2454	0.255	0.3273	0.0727
37	-4.63	-4.63	-0.659	0.2422	0.258	0.3364	0.0786
38	-3.90	-3.90	-0.555	0.2088	0.291	0.3455	0.0543
39	-3.77	-3.77	-0.536	0.2019	0.298	0.3545	0.0564
40	-3.60	-3.60	-0.512	0.1950	0.305	0.3636	0.0586

41	-3.39	-3.39	-0.482	0.1844	0.316	0.3727	0.0571
42	-3.39	-3.39	-0.482	0.1844	0.316	0.3818	0.0662
43	-3.29	-3.29	-0.468	0.1772	0.323	0.3909	0.0681
44	-2.80	-2.80	-0.398	0.1517	0.348	0.4000	0.0517
45	-2.67	-2.67	-0.380	0.1443	0.356	0.4091	0.0534
46	-2.67	-2.67	-0.380	0.1443	0.356	0.4182	0.0625
47	-2.11	-2.11	-0.300	0.1179	0.382	0.4273	0.0452
48	-1.95	-1.95	-0.277	0.1064	0.394	0.4364	0.0428
49	-1.90	-1.90	-0.270	0.1064	0.394	0.4455	0.0519
50	-1.87	-1.87	-0.266	0.1026	0.397	0.4545	0.0571
51	-1.67	-1.67	-0.238	0.0910	0.409	0.4636	0.0546
52	-1.59	-1.59	-0.226	0.0871	0.413	0.4727	0.0598
53	-1.57	-1.57	-0.223	0.0871	0.413	0.4818	0.0689
54	-1.53	-1.53	-0.218	0.0832	0.417	0.4909	0.0741
55	-1.29	-1.29	-0.184	0.0714	0.429	0.5000	0.0714
56	-1.11	-1.11	-0.158	0.0596	0.440	0.5091	0.0687
57	-1.01	-1.01	-0.144	0.0557	0.444	0.5182	0.0739
58	-0.32	-0.32	-0.046	0.0160	0.484	0.5273	0.0433
59	-0.29	-0.29	-0.041	0.0160	0.484	0.5364	0.0524
60	-0.11	-0.11	-0.016	0.0040	0.496	0.5455	0.0495
61	0.23	0.23	0.033	0.0120	0.512	0.5545	0.0425
62	0.33	0.33	0.047	0.0160	0.516	0.5636	0.0476
63	0.54	0.54	0.077	0.0279	0.528	0.5727	0.0448
64	0.78	0.78	0.111	0.0438	0.544	0.5818	0.0380
65	1.13	1.13	0.161	0.0636	0.564	0.5909	0.0273
66	1.44	1.44	0.205	0.0793	0.579	0.6000	0.0207
67	1.64	1.64	0.233	0.0910	0.591	0.6091	0.0181
68	1.89	1.89	0.269	0.1026	0.603	0.6182	0.0156
69	1.92	1.92	0.273	0.1064	0.606	0.6273	0.0209
70	2.40	2.40	0.341	0.1331	0.633	0.6364	0.0033
71	2.75	2.75	0.391	0.1517	0.652	0.6455	0.0062
72	2.78	2.78	0.396	0.1517	0.652	0.6545	0.0028
73	2.85	2.85	0.405	0.1554	0.655	0.6636	0.0082
74	3.17	3.17	0.451	0.1736	0.674	0.6727	0.0009
75	3.68	3.68	0.524	0.1985	0.699	0.6818	0.0167
76	3.95	3.95	0.562	0.2123	0.712	0.6909	0.0214
77	4.17	4.17	0.593	0.2224	0.722	0.7000	0.0224
78	4.27	4.27	0.608	0.2258	0.726	0.7091	0.0167
79	4.44	4.44	0.632	0.2357	0.736	0.7182	0.0175
80	4.51	4.51	0.642	0.2389	0.739	0.7273	0.0116

81	4.61	4.61	0.656	0.2422	0.742	0.7364	0.0058
82	5.40	5.40	0.768	0.2764	0.776	0.7455	0.0309
83	5.72	5.72	0.814	0.2910	0.791	0.7545	0.0365
84	5.74	5.74	0.817	0.2910	0.791	0.7636	0.0274
85	5.85	5.85	0.832	0.2967	0.797	0.7727	0.0240
86	6.05	6.05	0.861	0.3051	0.805	0.7818	0.0233
87	6.27	6.27	0.892	0.3133	0.813	0.7909	0.0224
88	6.61	6.61	0.940	0.3264	0.826	0.8000	0.0264
89	6.82	6.82	0.970	0.3340	0.834	0.8091	0.0249
90	7.05	7.05	1.003	0.3413	0.841	0.8182	0.0231
91	7.58	7.58	1.078	0.3577	0.858	0.8273	0.0304
92	7.61	7.61	1.083	0.3599	0.860	0.8364	0.0235
93	7.72	7.72	1.098	0.3621	0.862	0.8455	0.0166
94	7.75	7.75	1.103	0.3643	0.864	0.8545	0.0098
95	7.79	7.79	1.108	0.3643	0.864	0.8636	0.0007
96	8.61	8.61	1.225	0.3888	0.889	0.8727	0.0161
97	8.75	8.75	1.245	0.3925	0.893	0.8818	0.0107
98	8.92	8.92	1.269	0.3962	0.896	0.8909	0.0053
99	9.05	9.05	1.288	0.3997	0.900	0.9000	0.0003
100	9.61	9.61	1.367	0.4131	0.913	0.9091	0.0040
101	10.89	10.89	1.549	0.4382	0.938	0.9182	0.0200
102	11.13	11.13	1.584	0.4429	0.943	0.9273	0.0156
103	11.54	11.54	1.642	0.4495	0.950	0.9364	0.0131
104	11.95	11.95	1.700	0.4554	0.955	0.9455	0.0099
105	12.82	12.82	1.824	0.4656	0.966	0.9545	0.0111
106	13.44	13.44	1.912	0.4719	0.972	0.9636	0.0083
107	14.61	14.61	2.079	0.4808	0.981	0.9727	0.0081
108	14.89	14.89	2.119	0.4826	0.983	0.9818	0.0008
109	15.48	15.48	2.202	0.4861	0.986	0.9909	0.0048
110	16.17	16.17	2.301	0.4893	0.989	1.0000	0.0107

Dari perhitungan, didapat nilai L_{hitung} terbesar = 0.0795 L_{tabel} untuk $n = 110$
dengan taraf signifikan 0,05 adalah 0,0844. $L_{hitung} < L_{tabel}$. Dengan demikian
dapat disimpulkan data berdistribusi Normal.

LANGKAH PERHITUNGAN UJI NORMALITAS GALAT TAKSIRAN PERSAMAAN REGRESI $\hat{Y} = 35,63 + 0,6556X$

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

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

Data diurutkan dari data yang terkecil sampai yang terbesar

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

Mengikuti kolom Y - \hat{Y}

- ### 3. Kolom Zi

untuk $i = 1$

$$Z_i = \frac{\{(Y - \hat{Y}) - (\bar{Y} - \hat{Y})\}}{S} = \frac{-12.56}{7.03} = -1.787$$

- #### 4. Kolom Zt

Nilai Zt dikonsultasikan pada daftar F, misalnya :

Cari -1.79 diperoleh $Z_t = 0.4625$

Untuk $Z_i = -1.787$, maka $F(z_i) = 0.5 - 0.4625 = 0.0375$

- ### 5. Kolom F_(zi)

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_(zi)

Nomor Responden
Jumlah Responden

$$\text{Kolom S(z)} = \frac{1}{110} = 0.0091$$

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

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

$$= | -0.0375 - 0.0091 | = 0.0284$$

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)	$(\Sigma Y)^2$	$\frac{(\Sigma Y)^2}{nK}$	$\left\{ \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{nK} \right\}$
										nK	
1	I	2	62	84	7056	5208	13780	166	27556	13,778.00	2.00
2			62	82	6724	5084					
3	II	2	64	76	5776	4864	10817	147	21609	10,804.50	12.50
4			64	71	5041	4544					
5	III	3	65	87	7569	5655	21526	254	64516	21,505.33	20.67
6			65	81	6561	5265					
7			65	86	7396	5590					
8	IV	4	66	77	5929	5082	21636	294	86436	21,609.00	27.00
9			66	71	5041	4686					
10			66	71	5041	4686					
11			66	75	5625	4950					
12	V	5	67	84	7056	5628	31796	396	156816	31,363.20	432.80
13			67	93	8649	6231					
14			67	67	4489	4489					
15			67	71	5041	4757					
16			67	81	6561	5427					
17	VI	2	68	88	7744	5984	13369	163	26569	13,284.50	84.50
18			68	75	5625	5100					
19	VII	3	69	79	6241	5451	21429	253	64009	21,336.33	92.67
20			69	92	8464	6348					
21			69	82	6724	5658					
22	VIII	2	70	70	4900	4900	14309	167	27889	13,944.50	364.50
23			70	97	9409	6790					
24	IX	2	71	95	9025	6745					
25			71	89	7921	6319					
26	X	9	72	99	9801	7128	57346	714	509796	56,644.00	702.00
27			72	73	5329	5256					
28			72	87	7569	6264					
29			72	76	5776	5472					
30			72	71	5041	5112					
31			72	76	5776	5472					
32			72	86	7396	6192					
33			72	73	5329	5256					
34			72	73	5329	5256					
35	XI	3	73	75	5625	5475	19145	239	57121	19,040.33	104.67
36			73	88	7744	6424					
37			73	76	5776	5548					
38	XII	2	74	90	8100	6660	15669	177	31329	15,664.50	4.50
39			74	87	7569	6438					
40	XII	2	75	82	6724	6150					

41			75	75	5625	5625					
42	XIV	3	76	97	9409	7372	22581	259	67081	22,360.33	220.67
43			76	76	5776	5776					
44			76	86	7396	6536					
45	XV	10	77	101	10201	7777	74001	857	734449	73,444.90	556.10
46			77	80	6400	6160					
47			77	80	6400	6160					
48			77	85	7225	6545					
49			77	88	7744	6776					
50			77	86	7396	6622					
51			77	77	5929	5929					
52			77	97	9409	7469					
53			77	84	7056	6468					
54			77	79	6241	6083					
55	XVI	3	78	78	6084	6084	20542	248	61504	20,501.33	40.67
56			78	83	6889	6474					
57			78	87	7569	6786					
58	XVI	2	79	95	9025	7505	15586	176	30976	15,488.00	98.00
59			79	81	6561	6399					
60	XVIII	6	80	90	8100	7200	43755	511	261121	43,520.17	234.83
61			80	81	6561	6480					
62			80	81	6561	6480					
63			80	82	6724	6560					
64			80	97	9409	7760					
65			80	80	6400	6400					
66	XIX	2	81	95	9025	7695	17674	188	35344	17,672.00	2.00
67			81	93	8649	7533					
68	XX	9	82	83	6889	6806	79363	843	710649	78,961.00	402.00
69			82	96	9216	7872					
70			82	86	7396	7052					
71			82	94	8836	7708					
72			82	97	9409	7954					
73			82	99	9801	8118					
74			82	104	10816	8528					
75			82	86	7396	7052					
76			82	98	9604	8036					
77	XXI	2	83	102	10404	8466	19240	196	38416	19,208.00	32.00
78			83	94	8836	7802					
79	XXII	1	85	93	8649	7905					
80	XXIII	5	86	87	7569	7482	38038	436	190096	38,019.20	18.80

81			86	91	8281	7826					
82			86	86	7396	7396					
83			86	86	7396	7396					
84			86	86	7396	7396					
85	XXIV	6	87	87	7569	7569	48443	539	290521	48,420.17	22.83
86			87	88	7744	7656					
87			87	90	8100	7830					
88			87	91	8281	7917					
89			87	90	8100	7830					
90			87	93	8649	8091					
91	XXV	4	88	97	9409	8536	33546	366	133956	33,489.00	57.00
92			88	93	8649	8184					
93			88	88	7744	7744					
94			88	88	7744	7744					
95	XXVI	1	90	90	8100	8100					
96	XXVII	3	91	95	9025	8645	26325	281	78961	26,320.33	4.67
97			91	94	8836	8554					
98			91	92	8464	8372					
99	XXVIII	4	92	103	10609	9476	40874	404	163216	40,804.00	70.00
100			92	105	11025	9660					
101			92	94	8836	8648					
102			92	102	10404	9384					
103	XXIX	3	93	102	10404	9486	28854	294	86436	28,812.00	42.00
104			93	93	8649	8649					
105			93	99	9801	9207					
106	XXX	1	94	103	10609	9682					
107	XXXI	1	96	97	9409	9312					
108	XXXII	2	97	102	10404	9894	20404	202	40804	20,402.00	2.00
109			97	100	10000	9700					
110	XXXIII	1	99	99	9801	9801					
Σ	33	110	8654	9593	845911	760664					3,649.37

PERHITUNGAN UJI KEBERARTIAN REGRESI

1. Mencari Jumlah Kuadrat Total JK (T)

$$\begin{aligned} JK(T) &= \sum Y^2 \\ &= 845911 \end{aligned}$$

2. Mencari jumlah kuadrat regresi a JK (a)

$$\begin{aligned} JK(a) &= \frac{(\sum Y)^2}{n} \\ &= \frac{9593^2}{110} \\ &= 836596.81 \end{aligned}$$

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

$$\begin{aligned} JK(b/a) &= b \cdot \Sigma xy \\ &= 0.656 \times 5918.5273 \\ &= 3879.94 \end{aligned}$$

4. Mencari jumlah kuadrat residu JK (S)

$$\begin{aligned} JK(S) &= JK(T) - JK(a) - JK(b/a) \\ &= 845911 - 836596.81 - 3879.94 \\ &= 5434.25 \end{aligned}$$

5. Mencari Derajat Kebebasan

$$\begin{aligned} dk(T) &= n = 110 \\ dk(a) &= 1 \\ dk(b/a) &= 1 \\ dk(res) &= n - 2 = 108 \end{aligned}$$

6. Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat

$$\begin{aligned} RJK_{(b/a)} &= \frac{JK_{(b/a)}}{dk_{(b/a)}} = \frac{3879.94}{1} = 3879.94 \\ RJK_{(res)} &= \frac{JK_{(res)}}{dk_{(res)}} = \frac{5434.25}{108} = 50.32 \end{aligned}$$

7. Kriteria Pengujian

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

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

8. Pengujian

$$F_{hitung} = \frac{RJK_{(b/a)}}{RJK_{(res)}} = \frac{3879.94}{50.32} = 77.11$$

9. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan $F_{hitung} = 77.11$

Berdasarkan taraf signifikan 0.05, pada tabel distribusi F dengan menggunakan dk pembilang 1 dan dk penyebut $n-2 = 110-2 = 108$ 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)

$$\begin{aligned} \text{JK (G)} &= \sum \left\{ Y_k^2 - \frac{\sum Y_k^2}{n_k} \right\} \\ &= 3649.37 \text{ (Lihat tabel Perhitungan JK G_(galat))} \end{aligned}$$

2. Mencari Jumlah Kuadrat Tuna cocok JK (TC)

$$\begin{aligned} \text{JK (TC)} &= \text{JK (S)} - \text{JK(G)} \\ &= 5434.25 - 3649.37 \\ &= 1784.88 \end{aligned}$$

3. Mencari Derajat Kebebasan

$$\begin{aligned} k &= 33 \\ dk_{(TC)} &= k - 2 = 31 \\ dk_{(G)} &= n - k = 77 \end{aligned}$$

4. Mencari rata-rata jumlah kuadrat

$$\begin{aligned} \text{RJK}_{(TC)} &= \frac{1784.88}{31} = 57.58 \\ \text{RJK}_{(G)} &= \frac{3649.37}{77} = 47.39 \end{aligned}$$

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

$$F_{\text{hitung}} = \frac{\text{RJK}_{(TC)}}{\text{RJK}_{(G)}} = \frac{57.58}{47.39} = 1.21$$

7. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan $F_{\text{hitung}} = 1.21$

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

Menggunakan dk pembilang 31 dan dk penyebut 77 dihasilkan F_{tabel} sebesar = 1,98

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	$\frac{(\Sigma Y)^2}{n}$			F _o > F _t
Regresi (b/a)	1	b . Σxy	$\frac{b \cdot \Sigma xy}{1}$	$\frac{RJK(b/a)}{RJK(res)}$	Maka regresi
Residu	n - 2	Jk (S)	$\frac{JK(S)}{n-2}$		Berarti
Tuna Cocok	k - 2	JK (TC)	$\frac{JK(TC)}{k-2}$	$\frac{RJK(TC)}{RJK(G)}$	F _o < F _t
Galat Kekeliruan	n - k	JK (G)	$\frac{JK(G)}{n-k}$		Maka Regresi Linier

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	110	845911			
Regresi (a)	1	836596.81			
Regresi (b/a)	1	3879.94	3879.94	77.11 *)	3.91
Residu	108	5434.25	50.32		
Tuna Cocok	31	1784.88	57.58	1.21 ns)	1.98
Galat Kekeliruan	77	3649.37	47.39		

Keterangan : *) Persamaan regresi berarti karena $F_{hitung} (77,11) > F_{tabel} (3,91)$

ns) Persamaan regresi linear karena $F_{hitung} (1,21) < F_{tabel} (1,98)$

**PERHITUNGAN KOEFISIEN KORELASI
*PRODUCT MOMENT***

Mencari Koefisien Korelasi dengan Rumus *Product Moment*

Diketahui :

$$\Sigma x^2 = 9028.22$$

$$\Sigma y^2 = 9314.19$$

$$\Sigma xy = 5918.53$$

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

$$r_{XY} = \frac{5918.53}{\sqrt{9028.22 \cdot 9314.2}}$$

$$r_{XY} = \frac{5918.53}{9170.0898}$$

$$r_{XY} = 0.645$$

PERHITUNGAN UJI KEBERARTIAN KOEFISIEN KORELASI (Uji-t)

Koefisien Korelasi *Product Moment* (Uji-t)

$$\begin{aligned}
 t_h &= \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}} \\
 &= \frac{0.645 \sqrt{108}}{\sqrt{1 - 0.417}} \\
 &= \frac{0.645 \cdot 10.3923}{\sqrt{0.583}} \\
 &= \frac{6.707}{0.7638} \\
 &= 8.781
 \end{aligned}$$

Kesimpulan :

t_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 dengan dk ($n-2$) = (110- 2) = 108 sebesar 1,66

Kriteria pengujian :

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

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

Dari hasil pengujian :

t_{hitung} { 8.781 } > t_{tabel} (1,66), maka terdapat hubungan yang **positif dan signifikan** antara variabel X2 dengan variabel Y

PERHITUNGAN KOEFISIEN DETERMINASI

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

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r_{XY}^2 \\ &= 0.645^2 \\ &= 0.4166 \\ &= 41.66\% \end{aligned}$$

Dari hasil tersebut diinterpretasikan bahwa keputusan pembelian ditentukan oleh lokasi sebesar 41.66 %.

**SKOR INDIKATOR DOMINAN VARIABEL X2
LOKASI**

SKOR INDIKATOR = Jumlah skor butir tiap soal indikator
Banyaknya soal indikator

Indikator	Sub Indikator	Jumlah Soal	Skor	Percentase
Akses	Mudah dijangkau sarana transportasi	10 Soal	<u>431+436+443+402+410+393+394+418+410+420</u> 10 415.7	25.40%
Visibilitas	Mudah dilihat	6 soal	<u>437+394+390+416+407+423</u> 6 411.2	25%
Tempat Parkir	-	3 soal	<u>430+401+399</u> 3 410.0	25%
Komposisi	Tempat usaha pesaing	2 soal	<u>402+398</u> 2 400.0	24%
Total Skor			1647.9	100%

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

Sub indikator mudah dijangkau sarana transportasi dalam indikator akses memiliki pengaruh yang cukup besar dalam lokasi.

Tabel Nilai-nilai r Product Moment dari Pearson

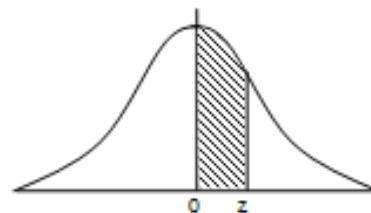
N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	26	0,388	0,496	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	27	0,381	0,487	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	28	0,374	0,478	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	29	0,367	0,470	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	30	0,361	0,463	75	0,227	0,296
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	Tara 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	1,031	0,886	0,805	0,768	0,736
	\sqrt{n}	\sqrt{n}	\sqrt{n}	\sqrt{n}	\sqrt{n}

Sumber : Conover, W.J., *Practical Nonparametric Statistics*, John Wiley & Sons, Inc., 1973



Tabel Kurva Normal Persentase

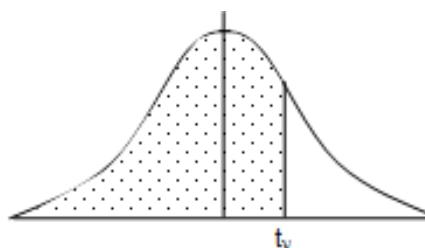
Daerah Kurva Normal

dari 0 sampai z

Z	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
0,0	0000	0040	0080	0120	0160	0199	0239	0279	0319	0359
0,1	0398	0438	0478	0517	0557	0596	0636	0675	0714	0753
0,2	0793	0832	0871	0910	0948	0987	1026	1064	1103	1141
0,3	1179	1217	1255	1293	1331	1368	1406	1443	1480	1517
0,4	1554	1591	1628	1664	1700	1736	1772	1808	1844	1879
0,5	1915	1950	1985	2019	2054	2088	2123	2157	2190	2224
0,6	2258	2291	2324	2357	2389	2422	2454	2486	2518	2549
0,7	2580	2612	2642	2673	2704	2734	2764	2794	2823	2852
0,8	2881	2910	2939	2967	2996	3023	3051	3078	3106	3133
0,9	3159	3186	3212	3238	3264	3289	3315	3340	3365	3389
1,0	3413	3438	3461	3485	3508	3531	3554	3577	3599	3621
1,1	3643	3665	3686	3708	3729	3749	3770	3790	3810	3830
1,2	3849	3869	3888	3907	3925	3944	3962	3980	3997	4015
1,3	4032	4049	4066	4082	4099	4115	4131	4147	4162	4177
1,4	4192	4207	4222	4236	4251	4265	4279	4292	4306	4319
1,5	4332	4345	4357	4370	4382	4394	4406	4418	4429	4441
1,6	4452	4463	4474	4484	4495	4505	4515	4525	4535	4545
1,7	4554	4564	4573	4582	4591	4599	4608	4616	4625	4633
1,8	4641	4649	4656	4664	4671	4678	4688	4693	4699	4706
1,9	4713	4719	4726	4732	4738	4744	4750	4756	4761	4767
2,0	4772	4778	4783	4788	4793	4798	4803	4808	4812	4817
2,1	4821	4826	4830	4834	4838	4842	4846	4850	4854	4857
2,2	4861	4864	4868	4871	4875	4878	4881	4884	4887	4899
2,3	4893	4896	4898	4901	4904	4906	4909	4911	4913	4936
2,4	4918	4920	4922	4925	4927	4929	4931	4932	4934	4936
2,5	4938	4940	4941	4943	4945	4946	4948	4949	4951	4952
2,6	4953	4955	4956	4957	4959	4960	4961	4962	4963	4964
2,7	4965	4956	4967	4968	4969	4970	4971	4972	4973	4974
2,8	4974	4975	4976	4977	4977	4978	4979	4979	4980	4981
2,9	4981	4382	4982	4983	4984	4984	4985	4985	4986	4986
3,0	4987	4987	4987	4988	4988	4989	4989	4989	4990	4990
3,1	4990	4991	4991	4991	4992	4992	4992	4992	4993	4993
3,2	4993	4993	4994	4994	4994	4994	4994	4995	4995	4995
3,3	4995	4995	4995	4996	4996	4996	4996	4996	4996	4997
3,4	4997	4997	4997	4997	4997	4997	4997	4997	4997	4998
3,5	4998	4998	4998	4998	4998	4998	4998	4998	4998	4998
3,6	4998	4998	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999
3,7	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999
3,8	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999
3,9	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000

Sumber : Theory and Problems of Statistics , Spiegel, M.R., Ph.D., Schoum Publishing Co., New York, 1961

Nilai Persentil untuk Distribusit

 $v = dk$ (Bilangan Dalam Badan Daftar Menyatakan t_p)

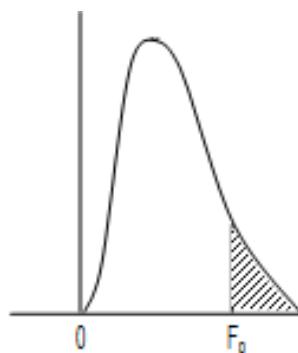
v	$t_{0,995}$	$t_{0,99}$	$t_{0,975}$	$t_{0,95}$	$t_{0,90}$	$t_{0,80}$	$t_{0,75}$	$t_{0,70}$	$t_{0,60}$	$t_{0,55}$
1	63,66	31,82	12,71	6,31	3,08	1,376	1,000	0,727	0,325	0,518
2	9,92	6,96	4,30	2,92	1,89	1,061	0,816	0,617	0,289	0,142
3	5,84	4,54	3,18	2,35	1,64	0,978	0,765	0,584	0,277	0,137
4	4,60	3,75	2,78	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	0,542	0,260	0,129
11	3,11	2,72	2,20	1,80	1,36	0,876	0,697	0,540	0,260	0,129
12	3,06	2,68	2,18	1,78	1,36	0,873	0,695	0,539	0,259	0,128
13	3,01	2,65	2,16	1,77	1,35	0,870	0,694	0,538	0,259	0,128
14	2,98	2,62	2,14	1,76	1,34	0,888	0,692	0,537	0,258	0,128
15	2,95	2,60	2,13	1,75	1,34	0,866	0,691	0,536	0,258	0,128
16	2,92	2,58	2,12	1,75	1,34	0,865	0,690	0,535	0,258	0,128
17	2,90	2,57	2,11	1,74	1,33	0,863	0,890	0,534	0,257	0,128
18	2,88	2,55	2,10	1,73	1,33	0,862	0,688	0,534	0,257	0,127
19	2,86	2,54	2,09	1,73	1,33	0,861	0,688	0,532	0,257	0,127
20	2,84	2,53	2,09	1,72	1,32	0,860	0,687	0,533	0,257	0,127
21	0,83	2,52	2,08	1,72	1,32	0,859	0,686	0,532	0,257	0,127
22	2,82	2,51	2,07	1,72	1,32	0,858	0,686	0,532	0,256	0,127
23	2,81	2,50	2,07	1,71	1,32	0,858	0,685	0,532	0,256	0,127
24	2,80	2,49	2,06	1,71	1,32	0,857	0,685	0,531	0,256	0,127
25	2,79	2,48	2,06	1,71	1,32	0,856	0,684	0,531	0,256	0,127
26	2,78	2,48	2,06	1,71	1,32	0,856	0,684	0,531	0,256	0,127
27	2,77	2,47	2,05	1,70	1,31	0,855	0,684	0,531	0,256	0,127
28	2,76	2,47	2,05	1,70	1,31	0,855	0,683	0,530	0,256	0,127
29	2,76	2,46	2,04	1,70	1,31	0,854	0,683	0,530	0,256	0,127
30	2,75	2,46	2,04	1,70	1,31	0,854	0,683	0,530	0,256	0,127
40	2,70	2,42	2,02	1,68	1,30	0,854	0,681	0,529	0,255	0,126
60	2,66	2,39	2,00	1,67	1,30	0,848	0,679	0,527	0,254	0,126
120	2,62	2,36	1,98	1,66	1,29	0,845	0,677	0,526	0,254	0,126
∞	2,58	2,33	1,96	1,645	1,28	0,842	0,674	0,521	0,253	0,126

Sumber : Statistical Tables for Biological, Agricultural and Medical Research, Fisher, R.Y., dan Yates F

Table III. Oliver & Boyd, Ltd., Edinburgh

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	00
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	19,48	19,49	19,49	19,49	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	99,49	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	4,96	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	5,17	5,35	5,26	5,18	5,11	5,00	5,92	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	00	
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	2,46	2,42	2,38	2,34	2,32	2,28	2,26	2,24	2,31	2,30	
	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	2,46	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	4,89	4,66	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	00
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	3,24	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	2,60	2,49	2,37	2,29	2,20	2,11	2,05	1,97	1,94	1,88	1,84	1,81
42	4,07	3,22	2,83	2,59	2,44	2,32	2,24	2,17	2,11	2,06	2,02	1,99	1,94	1,89	1,82	1,78	1,73	1,68	1,64	1,60	1,57	1,54	1,51	1,49
	7,27	5,15	4,29	3,80	3,49	3,26	3,10	2,96	2,86	2,77	2,70	2,64	2,54	2,46	2,35	2,26	2,17	2,08	2,02	1,94	1,91	1,85	1,80	1,78
44	4,06	3,21	2,82	2,58	2,43	2,31	2,23	2,16	2,10	2,05	2,01	1,98	1,92	1,88	1,81	1,76	1,72	1,66	1,63	1,58	1,56	1,52	1,50	1,48
	7,24	5,12	4,26	3,78	3,46	3,24	3,07	2,94	2,84	2,75	2,68	2,62	2,52	2,44	2,32	2,24	2,15	2,06	2,00	1,92	1,88	1,82	1,78	1,75
46	4,05	3,20	2,81	2,57	2,42	2,30	2,22	2,14	2,09	2,04	2,00	1,97	1,91	1,87	1,80	1,75	1,71	1,65	1,62	1,57	1,54	1,51	1,48	1,46
	7,21	5,10	4,24	3,76	3,44	3,22	3,05	2,92	2,82	2,73	2,66	2,60	2,50	2,42	2,30	2,22	2,13	2,04	1,98	1,90	1,86	1,80	1,76	1,72
48	4,04	3,19	2,80	2,56	2,41	2,30	2,21	2,14	2,08	2,03	1,99	1,96	1,90	1,86	1,79	1,74	1,70	1,64	1,61	1,56	1,53	1,50	1,47	1,45
	7,19	5,08	4,22	3,74	3,42	3,20	3,04	2,90	2,80	2,71	2,64	2,58	2,48	2,40	2,28	2,20	2,11	2,02	1,96	1,88	1,84	1,78	1,73	1,70
50	4,03	3,18	2,79	2,56	2,10	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	2,16	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	00
55	4,02	3,17	2,78	2,51	3,38	2,27	2,18	2,11	2,05	2,00	1,97	1,93	1,88	1,83	1,76	1,72	1,67	1,61	1,58	1,52	1,50	1,46	1,43	1,41
	7,12	5,01	4,16	3,68	3,37	3,15	2,98	2,85	2,75	2,66	2,59	2,53	2,43	2,35	2,23	2,15	2,00	1,96	1,90	1,82	1,78	1,71	1,66	1,64
60	4,00	3,15	2,76	2,52	2,37	2,25	2,17	2,10	2,01	1,99	1,95	1,92	1,86	1,81	1,75	1,70	1,65	1,59	1,56	1,50	1,18	1,44	1,41	1,39
	7,08	4,98	4,13	3,63	3,31	3,12	2,95	2,82	2,72	2,03	2,36	2,30	2,10	2,32	2,20	2,12	2,03	1,93	1,87	1,79	1,71	1,68	1,63	1,60
65	3,99	3,14	2,75	2,51	2,36	2,21	2,15	2,08	2,02	1,98	1,94	1,90	1,85	1,80	1,73	1,68	1,63	1,57	1,51	1,49	1,46	1,42	1,39	1,37
	7,01	4,95	4,10	3,62	3,31	3,09	2,93	2,79	2,70	2,61	2,51	2,47	2,37	2,30	2,18	2,09	2,00	1,90	1,81	1,76	1,71	1,61	1,60	1,56
70	3,98	3,13	2,74	2,50	2,35	2,32	2,11	2,07	2,01	1,97	1,93	1,89	1,81	1,79	1,72	1,67	1,62	1,56	1,53	1,47	1,45	1,40	1,37	1,35
	7,01	4,92	4,08	3,60	3,29	3,07	2,91	2,77	2,67	2,59	2,51	2,45	2,35	2,28	2,15	2,07	1,98	1,88	1,82	1,74	1,69	1,63	1,56	1,53
80	3,96	3,11	2,72	2,18	2,33	2,21	2,12	2,05	1,99	1,95	1,91	1,88	1,82	1,77	1,70	1,65	1,60	1,51	1,51	1,45	1,42	1,38	1,35	1,32
	6,96	4,86	4,04	3,58	3,25	3,01	2,87	2,71	2,61	2,55	2,18	2,11	2,32	2,21	2,11	2,03	1,94	1,84	1,78	1,70	1,65	1,57	1,52	1,49
100	3,91	3,09	2,70	2,46	2,30	2,19	2,10	2,03	1,97	1,92	1,88	1,85	1,79	1,75	1,68	1,63	1,57	1,51	1,18	1,12	1,39	1,34	1,30	1,28
	6,90	4,82	3,98	3,51	3,20	2,99	2,82	2,69	2,59	2,51	2,13	2,36	2,26	2,19	2,06	1,98	1,89	1,79	1,73	1,64	1,59	1,51	1,46	1,43
125	3,92	3,07	2,68	2,44	2,29	2,17	2,08	2,01	1,95	1,90	1,86	1,83	1,77	1,72	1,65	1,60	1,55	1,49	1,45	1,39	1,36	1,31	1,27	1,25
	6,81	4,78	3,94	3,17	3,17	2,95	2,79	2,65	2,56	2,17	2,40	2,33	2,23	2,15	2,03	1,94	1,85	1,75	1,68	1,59	1,54	1,46	1,40	1,37
150	3,91	3,06	2,67	2,43	2,27	2,16	2,07	2,00	1,94	1,89	1,85	1,82	1,76	1,71	1,64	1,59	1,51	1,47	1,44	1,37	1,34	1,29	1,25	1,22
	6,81	4,75	3,91	3,14	3,13	2,92	2,76	2,62	2,53	2,44	2,37	2,30	2,20	2,12	2,00	1,91	1,83	1,72	1,66	1,56	1,51	1,43	1,37	1,33
200	3,86	3,04	2,65	2,41	2,26	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,80	1,74	1,69	1,62	1,57	1,52	1,45	1,42	1,35	1,32	1,26	1,22	1,19
	6,79	4,74	3,88	3,41	3,11	2,90	2,73	2,60	2,50	2,41	2,34	2,28	2,17	2,09	1,97	1,88	1,79	1,69	1,62	1,53	1,48	1,39	1,33	1,28
400	3,86	3,02	2,62	2,39	2,23	2,12	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,78	1,72	1,67	1,60	1,54	1,49	1,42	1,38	1,32	1,28	1,22	1,16	1,13
	6,70	4,66	3,83	3,36	3,06	2,85	2,69	2,55	2,46	2,37	2,29	2,23	2,12	2,04	1,92	1,84	1,74	1,64	1,57	1,47	1,42	1,32	1,24	1,19
1000	3,85	3,00	2,61	2,38	2,22	2,10	2,02	1,95	1,89	1,84	1,80	1,76	1,70	1,65	1,58	1,53	1,47	1,41	1,36	1,30	1,26	1,19	1,13	1,08
	6,68	1,62	3,80	3,34	3,04	2,82	2,66	2,53	2,13	2,34	2,26	2,20	2,09	2,01	1,89	1,81	1,71	1,61	1,54	1,44	1,38	1,28	1,19	1,11
500	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

Berkat Khusus pada penulis

**DAFTAR NAMA MAHASISWA SAMPEL UJICOBA
PENDIDIKAN EKONOMI KOPERASI FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

NO.	NAMA LENGKAP	ANGKATAN	NIM
1	Annisa Karima	2014	8105142720
2	Fiqoh Apriliani	2014	8105142723
3	Regina Tantri T.	2014	8105145097
4	Nur Fitriyani	2014	8105145114
5	Trirahayu Sekar Arum	2014	8105141506
6	Ghifani Azhar	2014	8105141436
7	Siti Nur Iraeni	2014	8105141438
8	Dwita Septiana	2014	8105142660
9	M. Rifki Fadilah	2014	8105142661
10	Lia Maulidia	2014	8105141450
11	Laura Wini Febrin	2014	8105141454
12	Otto R. Manalu	2014	8105141469
13	Siti Riadah	2014	8105141480
14	Arief Dharma Wangsa	2014	8105142658
15	Rudi Setiawan	2014	8105142673
16	Alamsyah	2014	8105142674
17	Ariefna Dewi Afian D.	2014	8105142684
18	Bagus Yudi Handoko	2014	8105142728
19	Ferni Annisa	2015	8105150767
20	Ni Made Widnyani	2015	8105154313
21	Habibah	2015	8105150223
22	Kamalia Azkiyah	2015	8105150811
23	Kristine Marselina H.	2015	8105150277
24	Eriza Rahma Isman Putri	2015	8105151159
25	Ibnu Maulana Suroso	2015	8105152317
26	Ratih Choirunnisa	2015	8105150270
27	Hikmah Diana Sinta	2015	8105150283
28	Agung Firstianto	2015	8105150459
29	Roffifah Falah	2015	8105150252
30	Tubagus Ihsan	2015	8105152999

**DAFTAR NAMA MAHASISWA SAMPEL
PENDIDIKAN TATA NIAGA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

NO.	NAMA LENGKAP	ANGKATAN	NIM
1	Muhammad Miura	2013	8135132231
2	Ulfah Farida	2013	8135132231
3	Iyan Anggi Novi Ariyanti	2013	8135132233
4	Febriany	2013	8135132234
5	Agita Haerani	2013	8135132259
6	Nona Rani Agustina	2013	8135132238
7	Yodi	2013	8135132239
8	Ahmad Dimyati	2013	8135132247
9	Mela Surah Maniar	2013	8135132241
10	Riska Adi Sulistyani	2013	8135132250
11	Diaz Lupita Kartika	2013	8135132267
12	Rahmat Hidayat	2013	8135132270
13	Rani Riyanti	2013	8135132255
14	Syifa Nurul Aini	2013	8135132256
15	Rini Tri Apriliani	2013	8135132265
16	Sutan Leonardi	2013	8135132262
17	Sri Aisah	2013	8135132263
18	Anisa Dwi Destiani	2013	8135132264
19	Ummu Fitriani	2013	8135134108
20	Desy Purwito Sari	2013	8135134109
21	Ardinda Satria Daniswara	2013	8135134110
22	Anwar Hadi	2013	8135134111
23	Dzaqiyah Tsabatullah	2013	8135134112
24	Aditya Argi Bachtiar	2013	8135134113
25	Nur Fajri Jamilah	2013	8135134103
26	Uwais Qurni	2013	8135134106
27	Muhammad Isyaa Firwadi	2013	8135134134
28	Annisa Ul Hasanah Azmi	2013	8135134135
29	Panca Setya Sugipriyatno	2013	8135134136
30	Adi Ramdha Subandi	2013	8135134137
31	Astari Ramdhania Rahayu	2013	8135134138
32	Kevin Yudho Utomo	2013	8135134118
33	Rizki Hidayatullah	2013	8135134102
34	Siti Rodiah	2013	8135134101
35	Nila Indawati	2013	8135134142

36	Dena Maulia Castin	2013	8135134143
37	Mohammad Rezky	2013	8135134140
38	Restia Nur Rizky	2013	8135134141
39	Alfi Fitri Yeni	2013	8135134115
40	Aulia Fahlevi	2013	8135134128
41	Willies Tarantiarno	2013	8135134132
42	Heri Kurniawan	2013	8135134123
43	Abdul Qodir Jaelani	2013	8135134124
44	Choirunnisa	2013	8135134125
45	Mega Rusmardiana	2013	8135134114
46	Tri Intan Dewi Sintha	2013	8135134139
47	Margaretha Estiana	2013	8135134126
48	Rizky Arafa Dwiriyanto	2013	8135134127
49	Muhammad Fa Rizqi	2013	8135134119
50	Wahyu Hanggoro Mukti	2013	8135134105
51	Ardianti Supri Gesti Fanni	2014	8135141552
52	Nabila Safira	2014	8135141553
53	Ilham Afandi	2014	8135141554
54	Dira Nurmawati Dewi	2014	8135141555
55	Atiyah	2014	8135141556
56	Adawiyah	2014	8135141557
57	Rizky Vidiansyah	2014	8135141559
58	Eka Yulianti	2014	8135141560
59	Marin Dwi Pamungkas	2014	8135141561
60	Alfi Ramadhan	2014	8135141566
61	Sarah Risninda	2014	8135141567
62	Dian Lestari	2014	8135141542
63	Vinny Oktaviani	2014	8135141543
64	Gita Ariesta Indah S	2014	8135141544
65	Bernaraja Agustian	2014	8135141545
66	Kemas Kurniawan Roma	2014	8135141546
67	Sarah	2014	8135141562
68	Vanya Suksma Restiva	2014	8135141563
69	Rizki Nia Mutiarani	2014	8135141564
70	Nurul	2014	8135141565
71	Dila Dwi Cahyani	2014	8135141573
72	Devy Divya	2014	8135142893
73	Bekti Susilo Aji	2014	8135145147
74	Diana Puspa Yunita	2014	8135145148
75	Shifa Nur Diani	2014	8135145149

76	Shintia Indah Puspita	2014	8135145151
77	Awan	2014	8135145153
78	Tania Nurul Hasanah	2014	8135145154
79	Alice Fikrilm	2014	8135145155
80	M Hashfi Aufar	2014	8135145156
81	Ike Riana Anggraeni	2014	8135145157
82	Rizal Rifaldi	2014	8135145161
83	Anggun Novitasari	2014	8135145162
84	Rachmadina Pratiwi	2014	8135145163
85	Nadhilah	2014	8135145164
86	Hikmawati	2014	8135145165
87	Dwi Riyadi	2015	8135152639
88	Irma Ramadhani	2015	8135152237
89	Doni Asman Lahagu	2015	8135152299
90	Herawati	2015	8135150609
91	Fitri Wahyu Undhiyantik	2015	8135150595
92	Dalfario Andreyosman	2015	8135150731
93	Delvin Dana Damri	2015	8135150570
94	Khimatun Lutfiana	2015	8135150787
95	Lucky Widura Putri	2015	8135150161
96	M. Adityo Nugraha	2015	8135150155
97	Eka Wahyu Andayani	2015	8135150584
98	Eka Yuliana	2015	8135150585
99	Fazriyah	2015	8135150643
100	Novista Risanti	2015	8135150739
101	Nadya Safira	2015	8135152373
102	Pangestu Raharjo	2015	8135150533
103	Desy Nur Estiyani	2016	8135160387
104	Hanani Afnan	2016	8135150148
105	Citra Pratiwi	2016	8135161708
106	Risnawati	2016	8135160396
107	Dede Nurjanah	2016	8135160405
108	Mega Maryati	2016	8135161293
109	Ratna Kurnia	2016	8135162424
110	Noviana Afrida	2016	8135163477

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Dedi Aryadi, lahir di Cirebon 21 Mei 1995 yang merupakan anak kedelapan dari delapan bersaudara pasangan Bapak Sukira dan Ibu Darila (Almh.). Mulai menempuh pendidikan di Taman Pendidikan AL-Qur'an Miftahussibyan, selanjutnya mengenyam Pendidikan di SD Negeri 1 Kertasari, pada tahun 2001-2007. Lalu, meneruskan studi di SMP Negeri 1 Weru pada tahun 2007-2010. Setelah itu melanjutkan studi di SMA Negeri

1 Sumber, Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial sejak tahun 2010-2013. Hingga menjalani studi di Universitas Negeri Jakarta pada Fakultas Ekonomi Program Studi Pendidikan Tata Niaga pada tahun 2013. Peneliti memiliki pengalaman berorganisasi, yaitu pada bangku SMP di Palang Merah Remaja periode 2008-2009, menjadi anggota ekskul Seni Rupa pada tahun 2007-2008. Kemudian pada bangku SMA menjadi anggota ekskul pencak silat Merpati Putih pada tahun 2010-2011. Pada masa perkuliahan peneliti pernah melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Malang-Bali-Yogyakarta pada bulan Agustus 2015. Peneliti melaksanakan praktik Kewirausahaan di *Economart* pada bulan Oktober 2015. Peneliti melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sukahaji Kabupaten Subang pada bulan Januari-Februari 2016. Peneliti melaksanakan Praktik Keterampilan Mengajar (PKM) di SMK Negeri 10 Jakarta pada bulan Juli-November 2016 dan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT PLN (Persero) Distribusi Jakarta Raya pada bagian Administrasi Niaga pada bulan Februari-Maret 2017.