

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Paparan Data Hasil Penelitian**

##### **4.1.1 Gambaran Umum Ritel**

Ritel ini berdiri sejak tahun 1989, terletak di tempat yang sangat strategis yakni di samping jalan umum. Dulunya hanya ritel kecil yang berukuran 4x4 meter dan setelah 15 tahun di perbesar menjadi 6x14 meter dan semakin berkembang menjadi 3 ritel dimana ritel pertama sebagai pusatnya (bahan pangan, makanan ringan, air isi ulang, dll) dan ritel kedua sebagai tempat pupuk dan obat-obat pertanian dan ritel yang ketiga alat-alat tulis (ATK) dan barang elektronik.

Ritel ini awalnya hanya ritel yang sangat sederhana atau bisa dibilang ritel tradisional karena sistem yang digunakan dari penyediaan barang, sampai dengan perputaran uang semua dilakukan dengan orang yang sama dan menggunakan perkiraan dalam pembelian produknya dan tempatnya tidak di tata dengan rapi sehingga sulit untuk mengidentifikasi barang yang masih ada dan sudah habis. Dan ritel ini sekarang berkembang hingga mendapat izin sebagai UD (Usaha Dagang).

Meskipun ritel ini sudah berkembang hingga sekarang akan tetapi ritel ini masih termasuk dalam ritel tradisional karena didalamnya masih mencerminkan ciri-ciri dalam ritel tradisional, misalnya sistem pembayarannya masih melayani hutang dan keuangan tercampur dengan keuangan keluarga. Ritel ini juga bisa di bilang ritel modern karena teliti pada saat melakukan seleksi terhadap

pemasok, pengembangan bisnis terencana, harga jual sudah tetap (*fixed price*) sehingga tidak ada proses tawar-menawar dan adanya sistem swalayan/pelayanan mandiri. Dari pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa ritel ini disebut ritel semi modern karena perpaduan antara kedua ritel tersebut.

#### A. Struktur Organisasi Ritel

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi Ritel**



Dari struktur organisasi ritel UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur di atas maka penjabaran dari setiap bagian adalah sebagai berikut ini:

1. Pemilik: dalam UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur bertugas sebagai mengawasi dan mengontrol para karyawan atau pegawainya dalam menjalankan tugas mereka.
2. Bagian keuangan: melayani konsumen pada saat melakukan pembayaran serta melaporkan pendapatan dari penjualan.
3. Bagian pelayanan: bertugas sebagai melayani konsumen dan membawakan pesanan konsumen.
4. Bagian pengiriman: bertugas pada saat melakukan proses pengiriman barang dan mempersiapkan barang yang akan dikirim.
5. Bagian kebersihan: bertugas sebagai membersihkan tempat belanja dan bertugas sebagai menata/merapikan barang.

Segala tugas dan tanggung jawab setiap karyawan atau pegawai di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur tidak tetap artinya dapat bertukar-tukar.

#### **4.1.2 Analisis Hasil Penelitian**

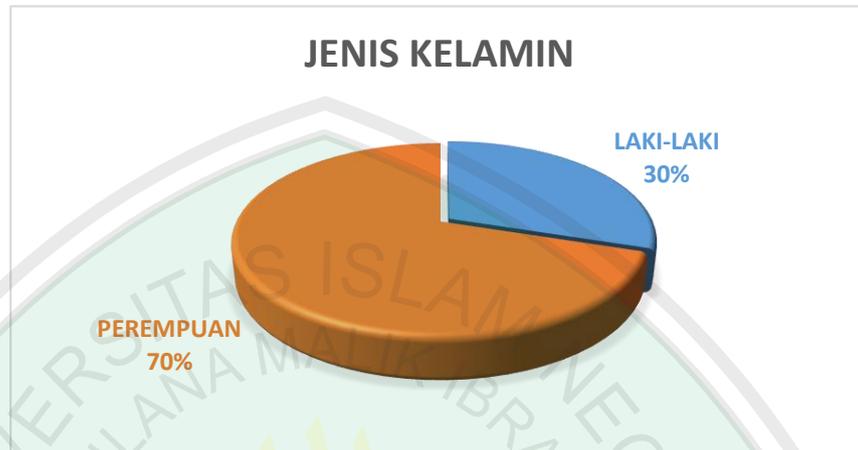
Dalam penelitian ini responden yang diambil adalah konsumen dan pelanggan yang berbelanja di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur. Sedangkan prosedurnya dengan menyebarkan kuisioner dan meminta untuk mengisi kuisioner. Penentuan jumlah responden ini berdasarkan dari jumlah item pertanyaan sebanyak 18 item, dalam penarikan sampel menurut Malhotra (2006: 291) disebutkan dalam bukunya riset pemasaran paling sedikit empat atau lima kali dari jumlah item pertanyaan. Dalam penelitian ini terdapat 18 item pertanyaan maka jumlah sampel adalah 90 sampel (18 item pertanyaan x 5). Dari 90 sampel tersebut sudah mewakili karena sesuai dengan standar minimal.

##### **A. Karakteristik Responden**

Dalam penelitian ini pengambilan responden adalah setiap konsumen dan pelanggan yang berbelanja di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur yang berjumlah 90 responden. Dari kuisioner yang disebarkan pada responden dihasilkan gambaran karakteristik responden sebagai berikut:

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

**Gambar 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

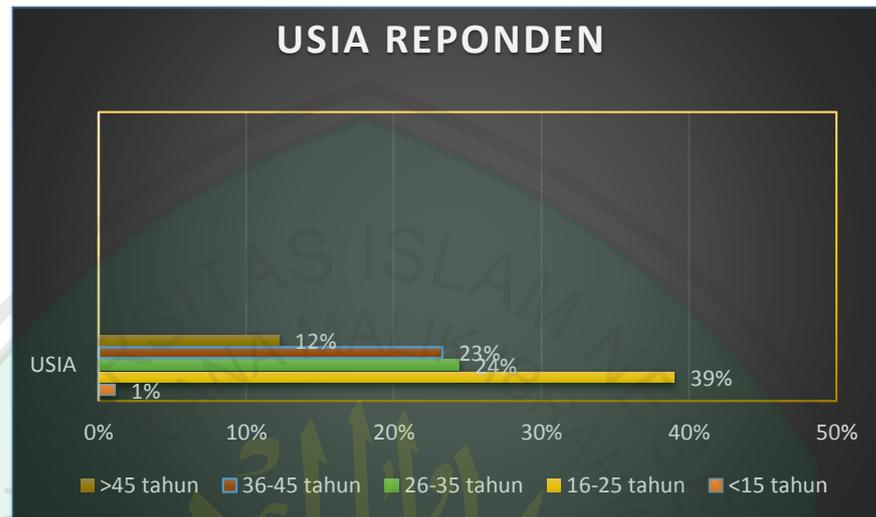


Sumber: Data Diolah

Dari grafik 4.1 dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 63 responden (70%), sedangkan jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 27 responden (30%). Jadi dapat diambil kesimpulan dari jumlah responden bahwa, yang berjenis kelamin perempuan lebih banyak melakukan pembelian di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur. Hal ini disebabkan karena di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur produk yang dijual adalah kebutuhan sehari-hari dimana yang berbelanja kebanyakan perempuan.

## 2. Berdasarkan Usia

**Gambar 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**



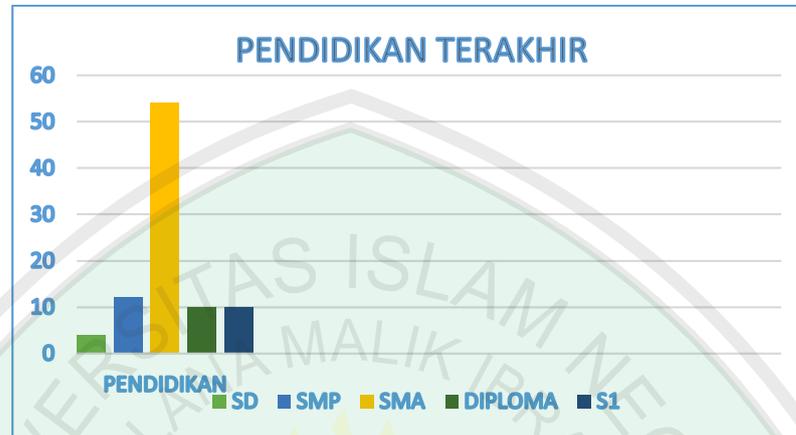
Sumber: Data Diolah

Berdasarkan grafik 4.2 dapat diketahui bahwa responden yang berusia di bawah 15 tahun sebanyak 1 responden atau 1,1% dari jumlah responden keseluruhan, responden yang berusia 16-25 tahun sebanyak 35 responden atau 39% dari jumlah keseluruhan, responden yang berusia 26-35 tahun sebanyak 22 responden atau 24,4% dari jumlah keseluruhan, responden yang berusia 36-45 tahun sebanyak 21 responden atau 23,3% dari jumlah keseluruhan, dan responden yang berusia lebih dari 45 tahun sebanyak 11 responden atau 12,2% dari jumlah keseluruhan.

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah yang berusia 16-25 tahun yaitu sebanyak 36 responden atau 38%, hal ini disebabkan karena pangsa pasar dari UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur adalah masyarakat sekitar selain itu karyawan yang berada di perusahaan di lingkungan sekitar.

### 3. Pendidikan Terakhir

**Gambar 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**



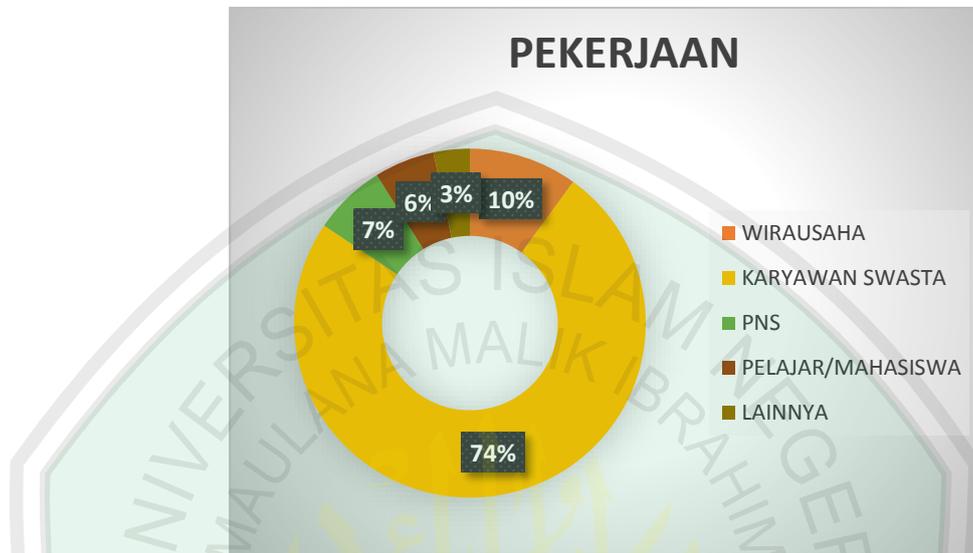
Sumber: Data Diolah

Dari tabel di atas dapat diketahui sebagian besar pendidikan responden adalah SMA dengan jumlah 54 responden atau 60% dari keseluruhan responden, SMP dengan jumlah 12 responden atau 13,4% dari jumlah keseluruhan, Diploma dan S1 seimbang dengan jumlah 10 responden atau 11,1% dari jumlah keseluruhan, dan SD sebanyak 4 responden atau 4,4% dari jumlah keseluruhan.

Dapat disimpulkan dari data di atas bahwa sebagian besar konsumen yang terbanyak dalam melakukan keputusan pembelian di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur adalah yang memiliki latar belakang pendidikan SMA dengan jumlah 54 responden atau 60% dari jumlah keseluruhan.

#### 4. Pekerjaan

**Gambar 4.5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**



Sumber: Data Diolah

Berdasarkan grafik 4.4 dapat diketahui bahwa responden yang berstatus wirausaha berjumlah 9 responden atau 10% dari jumlah responden, karyawan swasta berjumlah 67 responden atau 74,4% dari jumlah responden, PNS berjumlah 6 responden atau 6,7% dari jumlah keseluruhan, pelajar atau mahasiswa berjumlah 5 responden atau 5,6% dari jumlah responden, dan lain-lain misalnya ibu rumah tangga berjumlah 3 responden atau 3,3% dari jumlah keseluruhan.

Hal ini menunjukkan bahwa, responden terbanyak adalah berstatus karyawan swasta sebanyak 67 responden atau 74,4% dari jumlah responden. Hal ini dikarenakan segmen utama dari UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur adalah karyawan swasta, jadi karyawan swasta responden terbanyak yang melakukan pembelian di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur.

## 5. Pendapatan Perbulan

**Gambar 4.6**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan**

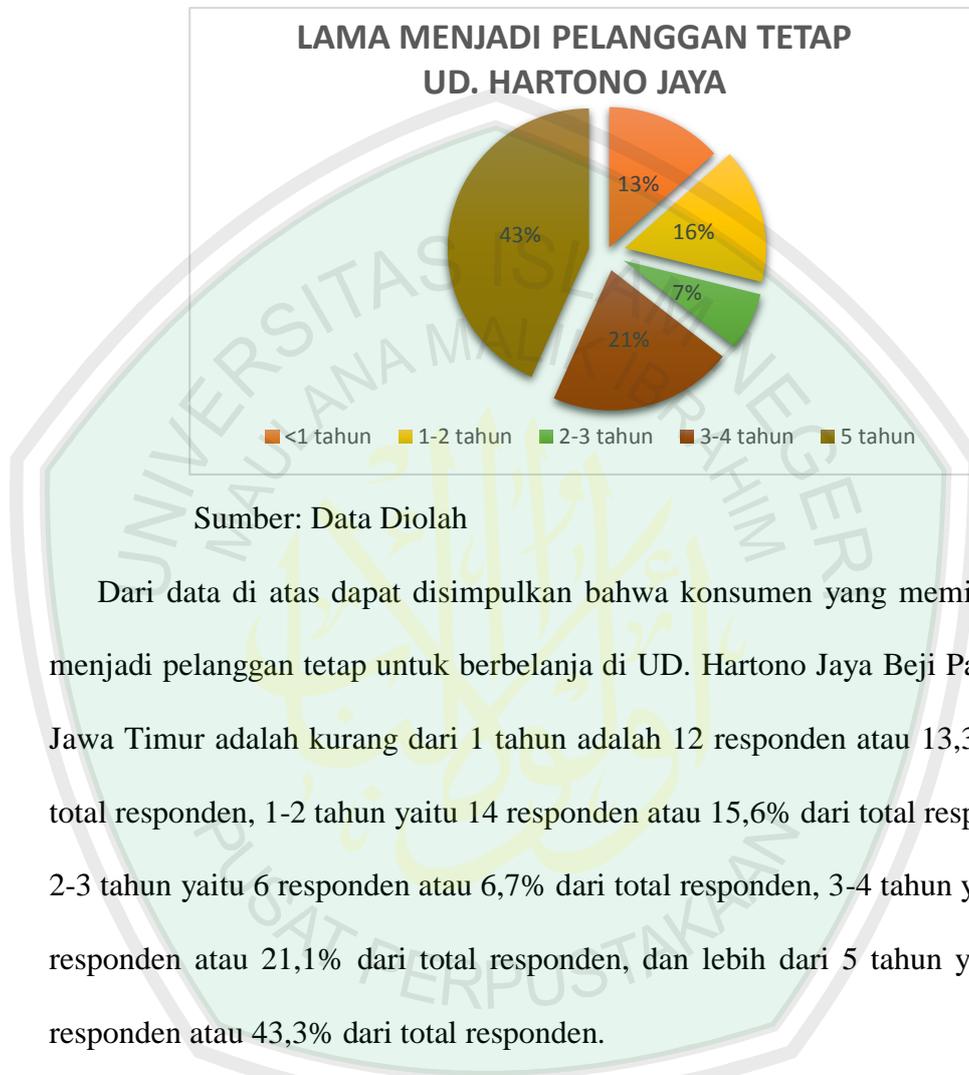


Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa responden yang memiliki penghasilan kurang dari 1.000.000 sebanyak 8 responden atau 8,9% dari total responden, penghasilan 1.000.000-1.500.000 sebanyak 8 responden atau 8,9% dari total responden, penghasilan 1.500.000-2.000.000 sebanyak 26 responden atau 28,9% dari total responden, penghasilan 2.000.000-2.500.000 sebanyak 20 responden atau 22,2% dari total responden, penghasilan 2.500.000-3.000.000 sebanyak 13 responden atau 14,4% dari total responden, dan penghasilan lebih dari 3.000.000 sebanyak 15 responden atau 16,7% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang berpenghasilan 1.500.000-2.000.000 sebanyak 26 responden atau 28,9% dari total responden. Hal ini dikarenakan karyawan swasta yang menjadi responden utama dari UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur.

## 6. Pelanggan tetap

**Gambar 4.7**  
**Lama Menjadi Pelanggan Tetap**



Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa konsumen yang memilih dan

menjadi pelanggan tetap untuk berbelanja di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur adalah kurang dari 1 tahun adalah 12 responden atau 13,3% dari total responden, 1-2 tahun yaitu 14 responden atau 15,6% dari total responden, 2-3 tahun yaitu 6 responden atau 6,7% dari total responden, 3-4 tahun yaitu 19 responden atau 21,1% dari total responden, dan lebih dari 5 tahun yaitu 39 responden atau 43,3% dari total responden.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang telah menjadi pelanggan tetap di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur yang paling banyak adalah lebih dari 5 tahun, hal ini dikarenakan UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur dalam memulai usahanya sudah 25 tahun.

### 4.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### A. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen penelitian menggunakan apa yang diukur yaitu perorangan dengan level signifikan 5% (0,05). Menurut Tika 2006: 65, suatu instrumen dikatakan valid apabila memiliki nilai  $r$  lebih dari 0,3.

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	item	R	Probabilitas	Keterangan
Produk ( $X_1$ )	X1.1	0,787	0,000	Valid
	X1.2	0,656	0,000	Valid
	X1.3	0,732	0,000	Valid
	X1.4	0,701	0,000	Valid
Harga ( $X_2$ )	X2.1	0,789	0,000	Valid
	X2.2	0,775	0,000	Valid
	X2.3	0,777	0,000	Valid
Pelayanan ( $X_3$ )	X3.1	0,668	0,000	Valid
	X3.2	0,748	0,000	Valid
	X3.3	0,836	0,000	Valid
	X3.4	0,527	0,000	Valid
Fasilitas Fisik ( $X_4$ )	X4.1	0,726	0,000	Valid
	X4.2	0,753	0,000	Valid
	X4.3	0,798	0,000	Valid
Keputusan Pembelian ( $Y$ )	Y1.1	0,811	0,000	Valid
	Y1.2	0,726	0,000	Valid
	Y1.3	0,869	0,000	Valid
	Y1.4	0,571	0,000	Valid

Sumber: Data Diolah

Dari pengujian validitas diatas instrumen penelitian (kuisisioner) dengan masing-masing pertanyaan mendapatkan nilai  $r$  lebih dari 0,3 sehingga keseluruhan instrumen penelitian tersebut dikatakan valid.

## B. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel bila dapat digunakan lebih dari 1 kali dalam kurun waktu yang berbeda, namun masih menunjukkan hasil yang konsisten atau sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan.

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Alpha	Keterangan
Produk ( $X_1$ )	0,686	Reliabel
Harga ( $X_2$ )	0,675	Reliabel
Pelayanan ( $X_3$ )	0,659	Reliabel
Fasilitas Fisik ( $X_4$ )	0,634	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,729	Reliabel

Sumber: Data Diolah

Hasil uji reliabilitas yang disajikan dalam tabel di atas dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach Alpha variabel produk, harga, pelayanan, fasilitas fisik, dan keputusan pembelian lebih besar dari 0,60.

### 4.1.4 Uji Asumsi Klasik

Suatu model regresi yang baik harus memenuhi tidak adanya masalah asumsi klasik dalam modelnya. Jika masih terdapat asumsi klasik maka model regresi tersebut memiliki bias.

#### A. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah residual atau kesalahan yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Jika masih terdapat asumsi klasik maka model regresi tersebut masih memiliki bias.

**Tabel 4.3**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Fasilitas Fisik**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.52537765
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.110
	Negative	-.054
Kolmogorov-Smirnov Z		1.043
Asymp. Sig. (2-tailed)		.227

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data Diolah

Dari hasil penelitian di atas dapat dilihat bahwa hasil pengujian di atas diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,227 > 0,05$ , maka asumsi normalitas terpenuhi. Sehingga dalam penelitian ini tidak terjadi gangguan asumsi normalitas yang berarti data berdistribusi normal.

#### B. Multikolonieritas

Pengujian multikolonieritas dilakukan dengan menggunakan nilai VIF. Suatu variabel menunjukkan gejala multikolonieritas bisa dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang tinggi pada variabel-variabel bebas suatu model regresi. Nilai VIF dari variabel bebas pada model regresi adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Pengujian Multikolonieritas**

No.	Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
1.	Faktor Produk	0,640	1,563	Tidak multikolonier
2.	Faktor Harga	0,832	1,201	Tidak multikolonier
3.	Faktor Pelayanan	0,692	1,445	Tidak multikolonier
4.	Faktor Fasilitas Fisik	0,880	1,136	Tidak multikolonier

Sumber: Data Diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa hasil pengujian adalah nilai *varian inflation factor* (VIF) semua variabel bebas tidak lebih dari 10 dan nilai tolerancinya mendekati angka 1. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada masalah multikolonieritas dalam model ini.

#### C. Heteroskedastisitas

**Tabel 4.5**  
**Hasil Analisis Uji Asumsi Heteroskedastisitas**

Variabel bebas	Sig.	Keterangan
Faktor Produk	0,988	Heteroskedastisitas
Faktor Harga	0,921	Heteroskedastisitas
Faktor Pelayanan	0,413	Heteroskedastisitas
Faktor Fasilitas Fisik	0,051	Heteroskedastisitas

Sumber: Data Diolah

Dari tabel di atas hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa signifikansi hasil korelasi lebih besar dari 0,05 (5%), sehingga dapat diketahui bahwa pada model regresi yang digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Artinya tidak ada korelasi antara besarnya data dengan residual sehingga bila data diperbesar tidak menyebabkan residual (kesalahan) semakin besar pula.

## D. Autokorelasi

**Tabel 4.6**  
**Hasil Analisis Uji Asumsi Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Durbin-Watson
1	1.677

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 1,677. Kemudian dibandingkan  $du < dw < 4-du$ . Jadi  $1,57 < 1,677 < 2,43$  karena nilai Durbin-Watson 1,677 lebih besar dari 1,57 maka asumsi tidak terjadinya autokorelasi terpenuhi.

#### 4.1.5 Metode Analisa Data

##### A. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh variabel independen (produk, harga, pelayanan dan fasilitas fisik) secara parsial maupun bersama-sama terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan bantuan program computer SPSS for Windows versi 16.0. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	-1.242	1.401
X1 (produk)	.424	.084
X2 (harga)	.171	.079
X3 (pelayanan)	.174	.082
X4 (fasilitas fisik)	.412	.097

a. Dependent Variable: Y (keputusan pembelian)

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui model persamaan dari regresi linier berganda yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = -1,242 + 0,424X_1 + 0,171X_2 + 0,174X_3 + 0,421X_4$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konstanta

Nilai konstanta sebesar (-1,242) hal ini berarti bahwa jika variabel produk, harga, pelayanan dan fasilitas fisik tetap atau tidak mengalami perubahan atau pengurangan, maka keputusan pembelian pada UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur sebesar yaitu (-1,242) satuan.

b. Variabel produk ( $X_1$ )

Koefisien regresi variabel produk mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Dengan begitu jika bauran ritel pada variabel produk ditingkatkan 1 kali, maka keputusan pembelian di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur akan meningkat sebesar 0,424 kali atau

42,2%. Maka sebaliknya jika diturunkan 1 kali maka keputusan pembelian akan menurun 42,2%.

c. Variabel Harga ( $X_2$ )

Koefisien regresi variabel harga mempunyai arahan positif dalam pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Dengan begitu jika bauran ritel pada variabel harga ditingkatkan 1 kali, maka keputusan pembelian di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur akan meningkat sebesar 0,171 kali atau 17,1%. Begitu pula sebaliknya jika diturunkan 1 kali maka keputusan pembelian akan menurun sebesar 17,1%.

d. Variabel Pelayanan ( $X_3$ )

Koefisien regresi variabel pelayanan mempunyai arahan positif dalam pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Dengan begitu jika bauran ritel pada variabel pelayanan ditingkatkan 1 kali, maka keputusan pembelian di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur akan meningkat sebesar 0,174 kali atau 17,4%. Begitu pula sebaliknya jika diturunkan 1 kali maka keputusan pembelian akan menurun sebesar 17,4%.

e. Variabel Fasilitas Fisik ( $X_4$ )

Koefisien regresi variabel fasilitas fisik mempunyai arahan positif dalam pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Dengan begitu jika bauran ritel pada variabel fasilitas fisik ditingkatkan 1 kali, maka keputusan pembelian di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur akan meningkat sebesar 0,412 kali atau 41,2%. Jika diturunkan 1 kali maka keputusan pembelian akan menurun 41,2%.

Dari hasil koefisien regresi berganda yang telah dijelaskan pada uraian di atas selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis yang dilakukan secara parsial maupun simultan.

#### B. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *adjusted R square* sebagai berikut ini:

**Tabel 4.8**  
**Koefisien Determinasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.781 <sup>a</sup>	.610	.591	1.561

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

Sumber: Data Diolah

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R<sup>2</sup>*) yang diperoleh sebesar 0,591. Hal ini berarti 59,1% keputusan pembelian dipengaruhi oleh produk, harga, pelayanan dan fasilitas fisik, sedangkan sisanya 40,9% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### 4.1.6 Pengujian Hipotesis

##### A. Uji F (Simultan)

Hasil perhitungan regresi secara bersama-sama diperoleh pada tabel 4.14 uji F (Simultan):

**Tabel 4.9**  
**Uji F (Simultan)**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		F	Sig.
1	Regression	33.200	.000 <sup>a</sup>
	Residual		
	Total		

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah

Uji hipotesis secara simultan (uji F), hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sebesar  $33,200 > 2,37$  dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan ini nilai  $F_{hitung}$  lebih besar daripada  $F_{tabel}$  dan signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), layanan ( $X_3$ ) dan fasilitas fisik ( $X_4$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

B. Uji t (pengujian hipotesis secara parsial)

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji t atau Uji Parsial**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-1.242	1.401		-.887	.378			
	X1	.424	.084	.427	5.047	.000	.681	.480	.342
	X2	.171	.079	.161	2.163	.033	.425	.228	.147
	X3	.174	.082	.173	2.120	.037	.531	.224	.144
	X4	.412	.097	.307	4.248	.000	.517	.418	.288

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah

Uji t atau uji parsial adalah uji yang digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial, variabel bebas terhadap variabel terikat. Tabel diatas menunjukkan hasil perhitungan  $t_{hitung}$  dari setiap variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ , dan  $X_4$

dengan nilai  $p > 0,05$ , apakah berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan nilai variabel terikat Y dengan cara membandingkan  $t_{tabel}$  dengan  $N =$  jumlah sampel 90 dengan  $\alpha = 0,05$  didapat  $t_{tabel}$  sebesar 1,960, maka dihasilkan:

a. Variabel produk

Uji t terhadap variabel produk ( $X_1$ ), didapatkan  $t_{hitung}$  sebesar 5,047 dengan signifikansi t sebesar 0,000. Karena  $t_{hitung}$  lebih besar  $t_{tabel}$  ( $5,047 > 1,960$ ) atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ( $0,000 < 0,05$ ), maka secara parsial variabel produk ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Sehingga hipotesis  $H_1$  ada pengaruh yang signifikan antara produk dengan keputusan pembelian di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur diterima. Sedangkan hipotesis  $H_0$  tidak ada pengaruh yang signifikan antara produk dengan keputusan pembelian di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur ditolak.

b. Variabel harga

Uji t terhadap variabel harga ( $X_2$ ), didapatkan  $t_{hitung}$  sebesar 2,163 dengan signifikansi t sebesar 0,033. Karena  $t_{hitung}$  lebih besar  $t_{tabel}$  ( $2,163 > 1,960$ ) atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ( $0,033 < 0,05$ ), maka secara parsial variabel harga ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Sehingga hipotesis  $H_1$  ada pengaruh yang signifikan antara harga dengan keputusan pembelian di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur diterima. Sedangkan hipotesis  $H_0$  tidak ada pengaruh yang signifikan antara harga dengan keputusan pembelian di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur ditolak.

c. Variabel pelayanan

Uji t terhadap variabel pelayanan ( $X_3$ ), didapatkan  $t_{hitung}$  sebesar 2,120 dengan signifikansi t sebesar 0,037. Karena  $t_{hitung}$  lebih besar  $t_{tabel}$  ( $2,120 > 1,960$ ) atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ( $0,037 < 0,05$ ), maka secara parsial variabel pelayanan ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini berarti Hipotesis diterima. Arah koefisien regresi positif berarti faktor pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin baik faktor pelayanan yang ada maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian, sebaliknya semakin tidak baik faktor pelayanan maka semakin rendah pula keputusan pembelian. Sehingga hipotesis  $H_1$  ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan dengan keputusan pembelian di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur diterima. Sedangkan hipotesis  $H_0$  tidak ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan dengan keputusan pembelian di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur ditolak.

d. Variabel fisik

Uji t terhadap variabel fasilitas fisik ( $X_4$ ), didapatkan  $t_{hitung}$  sebesar 4,248 dengan signifikansi t sebesar 0,000. Karena  $t_{hitung}$  lebih kecil  $t_{tabel}$  ( $4,248 > 1,960$ ) atau signifikansi t lebih besar dari 5% ( $0,000 < 0,05$ ), maka secara parsial variabel fasilitas fisik ( $X_4$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Sehingga hipotesis  $H_1$  ada pengaruh yang signifikan antara fasilitas fisik dengan keputusan pembelian di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur diterima. Sedangkan hipotesis  $H_0$  tidak ada pengaruh yang signifikan antara fasilitas fisik dengan keputusan pembelian di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur ditolak.

### C. Uji Dominan

Untuk menguji variabel dominan terlebih dahulu mengetahui kontribusi masing-masing diketahui dari koefisien determinasi sederhana terhadap variabel terikat dan diketahui dari kuadrat korelasi sederhana variabel bebas dan terikat.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Dominan**

Variabel	R	r <sup>2</sup>	Kontribusi (%)
Produk (X <sub>1</sub> )	0,681	0,464	46,4
Harga (X <sub>2</sub> )	0,425	0,181	18,1
Layanan (X <sub>3</sub> )	0,531	0,282	28,2
Fasilitas Fisik (X <sub>4</sub> )	0,517	0,267	26,7

Sumber: data diolah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian adalah variabel produk (X<sub>1</sub>) yaitu memiliki kontribusi sebesar 46,4%. Sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan variabel produk memiliki pengaruh yang dominan di banding variabel lainnya adalah diterima.

## 4.2 Pembahasan

### 4.2.1 Pengaruh Bauran Penjualan Eceran terhadap Keputusan Pembelian

Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sebesar  $33,200 > 2,37$  dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan ini, nilai  $F_{hitung}$  lebih besar daripada  $F_{tabel}$  dan signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama produk (X<sub>1</sub>), harga (X<sub>2</sub>), pelayanan (X<sub>3</sub>) dan fasilitas fisik (X<sub>4</sub>) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian

sebelumnya yang dilakukan oleh Rumagit (2013) dari variabel produk, harga, promosi, pelayanan, desain toko, lokasi, dan suasana toko berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05 (5%) sehingga dinyatakan berpengaruh secara bersama-sama.

Hasil penelitian menunjukkan semua komponen bauran penjualan eceran secara bersama-sama mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Ma'ruf (2006:113) mengatakan bahwa bauran ritel adalah kombinasi dari faktor-faktor eceran yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dan mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli. Dari definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa faktor-faktor yang terdapat dalam bauran ritel adalah sebuah sasaran strategis untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian, disamping itu juga untuk menjaga kepuasan konsumen, sehingga akan terbentuk konsumen yang loyal dan akan terus menerus melakukan pembelian ulang.

UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur dalam penjualan eceran yang diterapkan yakni sesuai dengan syariat islam dimana mencari rizki dengan cara yang halal dan dalam penjualan yang dilakukan oleh UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur penerapan yang dilakukan adalah secara langsung sehingga dengan melakukan penjualan eceran juga melakukan silaturahmi, juga sekaligus menjalin ikatan persaudaraan antara

penjual dan pembeli. Keterkaitan antara kedua belah pihak itu akan senantiasa saling membantu dan bekerjasama untuk saling meringankan baik secara sukarela atau dengan adanya imbalan (Ilfi Nur Diana, 2008:217-218).

Dari penjabaran di atas adapun hadis yang mendasarinya:

Bukhori:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ أَبِي يَعْقُوبَ الْكِرْمَانِيُّ حَدَّثَنَا حَسَّانُ حَدَّثَنَا يُونُسُ قَالَ  
 مُحَمَّدٌ هُوَ الزُّهْرِيُّ عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ  
 اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ مَنْ سَرَّهُ أَنْ يُبْسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ أَوْ يُنْسَأَ  
 لَهُ فِي أَثَرِهِ فَلْيَصِلْ رَحْمَتَهُ

Artinya:

*Nabi bersabda: "barang siapa yang ingin dilapangkan rezekinya atau di panjangkan umurnya, maka bersilaturahmi."*

(Matan lain: Muslim 4638, Abi Daud 1443, Ahmad 12128)

Penjualan yang dilakukan di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur sesuai dalam syari'ah Islam dimana pada dasarnya termasuk kategori muamalat yang hukum asalnya adalah boleh berdasarkan kaedah *Fiqh*, "Al-Ashlu fil muamalah al-ibahah hatta yadullad dalilu 'ala tahrimiha (Pada dasarnya segala hukum dalam muamalah adalah boleh, kecuali ada dalil/prinsip yang melarangnya).

Islam memahami bahwa perkembangan budaya bisnis berjalan begitu cepat dan dinamis. Berdasarkan kaedah fikih di atas, maka terlihat bahwa Islam memberikan jalan bagi manusia untuk melakukan berbagai improvisasi dan inovasi melalui sistem, teknik dan mediasi dalam melakukan perdagangan. Di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur dalam

melakukan juga melakukan inovasi baik melalui sistem, teknik dan mediasi dimana di dalam kecanggihan teknologi saat ini UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur juga mengikutinya agar mempermudah dalam proses pelayanan dalam melakukan penjualan.

Namun, Islam mempunyai prinsip-prinsip tentang pengembangan sistem penjualan yaitu harus terbebas dari unsur *gharar* (ketidak jelasan), *jahalah* (bahaya), dan *zhulm* (merugikan atau tidak adil terhadap salah satu pihak) ([julianbiz.wordpress.com](http://julianbiz.wordpress.com)).

Dari pemaparan diatas seperti dalam Q.S An-nisaa' ayat 29:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَطْلِ إِلَّا  
 أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ  
 كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu".

Dari pemaparan di atas semua prinsip tentang pengembangan sistem penjualan sudah diterapkan oleh UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur dimana: 1. barang yang dijual tidak berbahaya bagi konsumen karena barang yang dijual selalu diperhatikan sebelum dijual, 2. Barang yang dijual sudah jelas karena semua sudah tersedia di tempat, 3. Setiap penjualan yang dilakukan selalu mengutamakan keinginan konsumen akan tetapi tidak sampai merugikan salah satu pihak.

#### A. Pengaruh Variabel Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil dari Uji hipotesis secara simultan (uji F) yang telah dilakukan, untuk mengetahui pengaruh variabel produk terhadap keputusan pembelian yakni Uji t terhadap variabel produk ( $X_1$ ), didapatkan  $t_{hitung}$  sebesar 5,047 dengan signifikansi t sebesar 0,000. Karena  $t_{hitung}$  lebih besar  $t_{tabel}$  ( $5,047 > 1,960$ ) atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ( $0,000 < 0,05$ ), maka secara parsial variabel produk ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rumagit (2013) bahwa variabel produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan 0,009 yang artinya lebih kecil dari 0,05 (5%) sehingga dinyatakan hipotesis diterima. Produk yang ditawarkan ritel apabila sesuai dengan keinginan konsumen maka konsumen juga tertarik untuk melakukan pembelian di ritel tersebut.

Dari hasil penelitian di atas sesuai dengan Kotler dan Keller (2009) yang menyatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Keputusan tentang produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran secara fisik, merknya, pembungkus, garansi dan servis sesudah penjualan. Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dan keinginan pasarnya.

Adapun faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh suatu ritel dalam memilih produk yang dijualnya yaitu (Utami, 2012:86-87):

- a. *Variety* (kelengkapan produk): dalam kelengkapan produk yang dijual UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur sudah sesuai dengan keinginan konsumen sehingga konsumen memutuskan pembelian tersebut.
- b. *Depth* (macam karakteristik produk): UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur dalam menyediakan macam karakteristik produknya menyediakan lebih dari satu macam merek produk.
- c. *Consistency*: dalam menjaga keberadaan produk yang sesuai dengan konsumen dari kelengkapan, kualitas dan harga dari produk yang dijual UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur.
- d. *Balance*: dalam UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur selalu menyesuaikan macam-macam produk yang dijual sesuai dengan pada sasaran.

Dari pemaparan item di atas yang paling mempengaruhi dalam keputusan pembelian pada variabel produk adalah item kelengkapan produk, dimana dilihat dari hasil rata-rata yang diperoleh adalah 3,9. Hasil tersebut menunjukkan bahwa di dalam UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur dari variabel produk, item yang harus diperhatikan adalah kelengkapan produk.

Produk dalam perspektif Islam yaitu apabila dalam menjualkan produk kita harus mengetahui asal-usulnya. Dalam surat An-Nissa' ayat 58:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ  
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ

سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya: *Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.*

Ayat di atas melarang cara mendapatkan kekayaan dengan cara yang tidak adil dan memperingatkan akan akibat buruk yang ditimbulkan oleh perbuatan-perbuatan yang tidak adil. Jika seseorang mencari dan mendapatkan kekayaan dengan cara yang tidak benar ia tidak hanya merusak usaha dirinya, tetapi akan menciptakan kondisi yang tidak harmonis di pasar yang pada akhirnya akan menghancurkan usaha orang lain.

Orang Islam tidak boleh tertipu daya karena contoh kualitas produk yang baik, lalu menjual produk yang rendah mutunya atau mengurangi timbangan. Karena pada dasarnya perbuatan tidak adil dan salah akan merusak sistem ekonomi dan akhirnya akan menghancurkan keseluruhan sistem sosial. Dalam penjualan produk yang dilakukan harus mengetahui asal-usul produk agar tidak ada yang merasa dirugikan.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa dalam produk yang ditawarkan UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur harus memperhatikan asal-usul produk yang akan dijual. Dalam UD. Hartono Jaya

Beji Pasuruan Jawa Timur produk yang ditawarkan sudah jelas karena sudah tersedia di tempat.

#### B. Pengaruh Variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian

Pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian didapatkan  $t_{hitung}$  sebesar 2,163 dengan signifikansi  $t$  sebesar 0,033. Karena  $t_{hitung}$  lebih besar  $t_{tabel}$  ( $2,163 > 1,960$ ) atau signifikansi  $t$  lebih kecil dari 5% ( $0,033 < 0,05$ ), maka secara parsial variabel harga ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rumagit (2013) bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan 0,027 yang artinya lebih kecil dari 0,05 (5%) sehingga dinyatakan hipotesis diterima.

Variabel harga mempengaruhi keputusan pembelian apabila harga sesuai dengan kualitas yang diberikan, harga standart dan pemberian harga grosir maka konsumen atau pembeli akan melakukan proses pembelian atau pembelian. Di dalam variabel harga item yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga sesuai dengan keputusan pembelian dimana dilihat dari nilai rata-rata yaitu 3,77. Hasil tersebut menunjukkan bahwa di dalam UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur dari variabel harga, item yang harus diperhatikan adalah harga sesuai dengan keputusan pembelian.

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan sesuai dengan teori yang telah dikemukakan oleh Engel (1995) harga adalah sebagai determinan untuk berlangganan di ritel bervariasi menurut jenis produk. Pasar swalayan

memberi penekanan besar pada harga sejak tahun 1930-an walaupun beberapa peneliti menunjukkan bahwa pasar swalayan dengan harga di bawah pesaing memperoleh laba sedikit dan mencapai pendapatan yang lebih rendah. Pada suatu waktu, harga tidak penting dalam pemilihan suatu toserba mengembangkan “mania penjualan” dalam upaya mereka merebut kembali bagian pasar dari pesaing. Penjualan yang konstan mungkin telah merusak kepercayaan pelanggan akan harga ritel. Pentingnya harga bergantung pada sifat pembeli. Adapun faktor lain yaitu kemudahan, sebenarnya akan mengimbangkan pertimbangan itu dengan harga yang lebih tinggi.

Dalam Islam penetapan harga di dalam surat Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ  
 مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ  
 الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ  
 وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: *Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.*

Dimana di dalam ayat menjelaskan bahwa riba diharamkan dan menghalalkan jual beli. Dari ayat tersebut di dalam jual beli juga terdapat penentuan harga, dimana terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan

dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya, harga dijadikan penukar barang yang disetujui oleh kedua pihak yang akad. Dari pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa dimana kesepakatan tersebut disetujui oleh kedua belah pihak dimana produsen dan konsumen.

Dalam penentuan harga UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur sesuai dengan pasar karena dilihat dari hasil pengujian yang dilakukan di atas variabel harga juga mempengaruhi keputusan pembelian dimana dapat diartikan harga yang ditawarkan tidak menyalahi aturan dan sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Dan harga dijadikan ukuran penukar barang yang disetujui oleh kedua pihak yang akad.

### C. Pengaruh Variabel Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel faktor pelayanan konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dimana dapat dibuktikan dari hasil Uji t terhadap variabel pelayanan ( $X_3$ ), didapatkan  $t_{hitung}$  sebesar 2,120 dengan signifikansi t sebesar 0,037. Karena  $t_{hitung}$  lebih besar  $t_{tabel}$  ( $2,120 > 1,960$ ) atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ( $0,037 < 0,05$ ), maka secara parsial variabel pelayanan ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rumagit (2013) bahwa variabel pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan 0,029 yang artinya lebih kecil dari 0,05

(5%) sehingga dinyatakan hipotesis diterima. Baik tidaknya pelayanan konsumen dari penyediaan barang dan jasa akan memberikan keputusan pembelian pada konsumen.

Pelayanan merupakan suatu kegiatan konsumen untuk dilayani, dan pelayanan tersebut tentunya berhubungan dengan penjualan produk yang akan dibeli konsumen. pelayanan didefinisikan sebagai aktifitas, manfaat, kepuasan dari sesuatu yang ditawarkan dalam penjualan. Para peritel harus dapat menyesuaikan jenis pelayanan yang ditawarkan dengan unsur-unsur lainnya dalam bauran ritel.

Hasil di atas menunjukkan bukti empiris bahwa pelayanan konsumen di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur yang ditunjukkan dengan waktu pelayanan ritel (jam operasional ritel), pengiriman barang, penanganan terhadap keluhan dari konsumen dan penerimaan pesanan melalui telepon akan memberikan pengaruh dalam keputusan pembelian konsumen untuk melakukan pembelian di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur. Dimana pemaparan di atas sesuai dengan teori yang di kemukakan oleh Utami (2012) dalam bauran ritel. Dari variabel pelayanan, item yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian adalah item pengiriman barang sesuai dengan perjanjian dimana dilihat dari hasil rata-rata dari data yang telah diperoleh yaitu sebesar 3,97. Hasil tersebut menunjukkan bahwa di dalam UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur dari variabel pelayanan, item yang harus di perhatikan adalah pengiriman barang sesuai dengan perjanjian.

Bebagai jenis pelayanan yang ditawarkan di atas dapat membedakan pelayanan antara ritel yang satu dengan yang lain, sehingga dapat disimpulkan semakin lengkap dan memuaskan pelayanan yang diberikan oleh ritel, maka semakin besar konsumen akan tertarik untuk memilih berbelanja di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur.

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Dan sekarang tiba saatnya bagi kita untuk menelaah “sebagian kecil” ayat al-Qur’an dan hadits-hadits yang mendorong umat manusia untuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama. Akan tetapi sebelum berbicara lebih jauh Islam meletakkan batasan yang difirmankan oleh Allah dalam surat al-Maidah ayat 2:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحِلُّوا شَعَيْرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ  
وَلَا الْقَلَئِدَ وَلَا ءَامِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ  
وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا تَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن  
صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ  
وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ

شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi’ar-syi’ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi

*Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keredhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, Maka bolehlah berburu. dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya”.*

Melalui ayat di atas Allah memerintahkan kepada kita untuk saling menolong didalam koridor “mengerjakan kebajikan dan takwa” dan Allah melarang sebaliknya. Jika kita melanggar ketentuan Allah maka hukuman akan diberikan dan “Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”. Jadi interaksi itu boleh dilakukan kapanpun dan dengan siapapun selama tidak melanggar batasan di atas.

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun [pelayanan atau jasa](#) hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain.

UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur dalam melakukan pelayanan terhadap konsumen dengan prinsip saling tolong menolong karena pelayanan dilakukan sesuai dengan kemampuan yang ada dan penanganan terhadap konsumen tanggap.

#### D. Pengaruh Variabel Fasilitas Fisik terhadap Keputusan Pembelian

Dilihat dari Uji t terhadap variabel fasilitas fisik ( $X_4$ ), didapatkan  $t_{hitung}$  sebesar 4,248 dengan signifikasi t sebesar 0,000. Karena  $t_{hitung}$  lebih kecil  $t_{tabel}$  ( $4,248 > 1,960$ ) atau signifikasi t lebih besar dari 5% ( $0,000 < 0,05$ ), maka secara parsial variabel fasilitas fisik ( $X_4$ ) berpengaruh signifikan terhadap

keputusan pembelian (Y). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rumagit (2013) bahwa variabel desain toko, lokasi, dan suasana toko berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai masing-masing signifikan variabel desain toko sebesar 0,024, lokasi sebesar 0,017 dan suasana toko sebesar 0,031 yang artinya lebih kecil dari 0,05 (5%) sehingga dinyatakan hipotesis diterima. Dimana dalam penelitian yang dilakukan oleh Rumagit (2013) dalam variabel desain toko, lokasi, dan suasana toko termasuk di dalam fasilitas fisik di penelitian ini.

Fasilitas fisik dibagi menjadi menjadi tiga bagian menurut Utami, 2012:89, yaitu:

a. Lokasi ritel

Dalam penentuan lokasi UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur menempatkan lokasi yang sangat strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen karena letak ritel ini sangat dekat dengan jalan utama.

b. Tata letak ritel

Dalam penataan letak ritel dirancang dan dibuat setelah lokasi dipilih. Semua ini bertujuan untuk memudahkan dan memberikan kenyamanan bagi konsumen dalam berbelanja.

c. Desain ritel

Dalam desain ritel dapat dilihat dari dua bagian dimana desain *exterior* dan *interior*:

1. Desain *exterior*: Merupakan penampilan luar dari sebuah ritel yang harus dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Faktor-faktor desain eksterior meliputi: penempatan pintu masuk, penerangan pada bagian ritel, penempatan papan reklame serta pengaturan jendela dan dinding.
2. Desain *interior*: Merupakan penampilan bagian dalam ritel yang tidak kalah pentingnya untuk menarik konsumen. Faktor-faktor desain *interior* ini meliputi ketinggian langit-langit, penerangan dalam ritel, warna dan temperatur dalam ruangan.

Fasilitas fisik juga mempengaruhi keputusan pembelian karena konsumen akan melakukan pembelian jika tampilan dari luar maupun dalam toko menarik untuk dikunjungi sehingga tidak meragukan konsumen akan kualitas barang yang ditawarkan. Jika dilihat setiap item dari variabel fasilitas fisik yang paling mempengaruhi keputusan pembelian adalah item lokasi yang mudah dijangkau yaitu 3,69 dilihat dari hasil rata-rata distribusi variabel. Hasil tersebut menunjukkan bahwa di dalam UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur dari variabel fasilitas fisik, item yang harus diperhatikan adalah lokasi yang mudah dijangkau.

Fasilitas fisik merupakan faktor penentu dalam mendominasi pangsa pasar yang diinginkan oleh perusahaan, karena penguasaan pasar dapat dicapai apabila perusahaan mendapat kedudukan yang baik sehingga dapat menciptakan citra perusahaan bagi para konsumen. Secara spesifik, beberapa elemen penting yang dapat lebih menonjolkan citra dari suatu ritel yaitu

berupa arsitektur yang baik, desain eksterior dan interior yang menarik, sumber daya manusia yang memadai, penyediaan barang yang baik, lambang dan logo, penempatan lokasi ritel dan nama ritel yang dapat menarik perhatian.

Dalam konsep Islam pelayanan yang berkenaan dengan tampilan fisik hendaknya tidak menunjukkan kemewahan. Dalam Al Qur'an surat At-Takaatsur ayat 1-5 yaitu:

أَلْهَكُمُ التَّكَاثُرُ ۚ حَتَّىٰ زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ ۚ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ  
ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ۚ كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ عِلْمَ الْيَقِينِ ۚ

Artinya: (1) Bermegah-megahan telah melalaikan kamu, (2) Sampai kamu masuk ke dalam kubur, (3) Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu), (4) Dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui, (5) Janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin.

Dari pengertian di atas sesuai dengan konsep Islam dimana bukti fisik yang membuat konsumen merasa nyaman merupakan hal yang penting, namun bukanlah fasilitas yang menonjolkan kemewahan. Di dalam UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur fasilitas fisik yang ditawarkan dilakukan dengan sebaik mungkin dan tidak berlebihan sesuai dengan keinginan konsumen.

#### 4.2.2 Faktor Dominan yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Dari pengujian pengaruh bauran penjualan eceran terhadap keputusan pembelian faktor dominan dapat dilihat dari kontribusi masing-masing variabel bebas yang diuji terhadap variabel terikat. Kontribusi masing-masing variabel diketahui dari koefisien determinasi sederhana terhadap variabel

terikat dan diketahui dari kuadrat korelasi sederhana variabel bebas dan terikat.

Jika dilihat dari hasil pengujian variabel yang dominan adalah variabel produk mempengaruhi keputusan pembelian dimana variabel produk ( $X_1$ ) yaitu memiliki kontribusi sebesar 46,4%. Sehingga dalam penelitian di dalam UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan sehingga konsumen akan memberikan loyalitas untuk berbelanja pada UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur dan meningkatkan pendapatan yang diperoleh sehingga dapat mengembangkan usaha ritel yang lebih baik lagi.